

ETIKA BISNIS MAHASISWA

(Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011 Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

LIGAYA SAFITRI

NIM 112411008

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2015

Muhammad Saifullah, M.Ag.

Jl. Taman Karonsih IV No.1181 Ngaliyan
Semarang 50181.

Choirul Huda, M.Ag.

Perum Bukit Beringin Asri D 20 Tambakaji Ngaliyan
Semarang 50181.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdri. Ligaya Safitri

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Ligaya Safitri

NIM : 112411008

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **ETIKA BISNIS MAHASISWA (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP: 19700321 199603 1003



Semarang, 25 Februari 2015

Pembimbing II

Choirul Huda, M.Ag.
NIP: 19760109 200501 1002



KEMENTERIAN AGAMA R.I
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Semarang Telp.(024)7601291
Fax.7624691 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Ligaya Safitri
NIM : 112411008
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **“ETIKA BISNIS MAHASISWA (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”**.

Telah dimunaqosyahkan oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude / baik / cukup, pada tanggal: 15 Juni 2015.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 tahun akademik 2014/2015.


Semarang, 18 Juni 2015

Mengetahui


Ketua Sidang,


Rahman El Junusi, S.E., M.M.
NIP. 19691118 200003 1 001

Sekretaris Sidang,



Choirul Huda, M.Ag
NIP. 19760109 200501 1 002

Penguji I



Prof. Dr. H. Mujiyono Abdillah, M.A.
NIP. 19590215 198503 1 005




Penguji II


H. Ahmad Furqon, Lc., M.A.
NIP. 19751218 200501 1 002

Pembimbing I


Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 19700321 199603 1003

Pembimbing II


Choirul Huda, M.Ag
NIP. 19760109 200501 1002

MOTTO

“Sukses Sejati: Kaya, Baik Hati dan Mulia”

(Prof. Dr. Mujiyono Abdillah, M.A.)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

Bapak (Sarkum) dan Ibu (Junitin) tercinta yang telah mencurahkan segalanya untuk masa depan peneliti, terimakasih karena selalu membangunkan peneliti ketika terjatuh dan terimakasih atas do'a dan kasih sayangnya.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab peneliti menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain dan diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain. Kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 25 Februari 2015
Deklarator,



LIGAYA SAFITRI
NIM.112411008

TRANSLITERASI

Adalah suatu upaya penyalinan huruf abjad suatu bahasa ke dalam huruf abjad bahasa lain. Tujuan utama transliterasi adalah untuk menampilkan kata-kata asal yang seringkali tersembunyi oleh metode pelafalan bunyi atau tajwid dalam bahasa arab. Selain itu, transliterasi juga memberikan pedoman kepada para pembaca agar terhindar dari “salah lafaz” yang bisa menyebabkan kesalahan dalam memahami makna asli kata-kata tertentu.

Dalam bahasa arab, “salah makna” akibat “salah lafaz” gampang terjadi karena semua hurufnya dapat dipandankan dengan huruf latin. Karenanya, kita memang terpaksa menggunakan “konsep rangkap” (ts, kh, dz, sy, sh, dh, th, zh, dan gh). Kesulitan ini masih ditambah lagi dengan proses pelafalan huruf-huruf itu, yang memang banyak berbeda dan adanya huruf-huruf yang harus dibaca secara panjang (*mad*). Jadi transliterasi yang digunakan adalah:

ا	A
ب	B
ت	T
ث	Ts
ج	J
ح	h
خ	Kh
د	D
ذ	Dz
ر	R

ز	z
س	s
ش	sy
ص	sh
ض	dl
ط	th
ظ	zh
ع	,
غ	gh
ف	f

ق	Q
ك	K
ل	L
م	M
ن	N
و	W
ه	H
ء	‘
ي	Y

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang etika bisnis Islam mahasiswa FEBI Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang. Kajiannya dilatarbelakangi bahwa banyak mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 yang memiliki bisnis. Namun, ada beberapa perilaku bisnis yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnis. Adapun perilaku bisnis yang tidak etis meliputi tidak menepati janji, menutupi kelemahan produk dan akuntabilitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui etika bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Islam dalam berbisnis.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam angkatan 2011 UIN Walisongo Semarang yang memiliki bisnis, konsumen dan pihak Jurusan Ekonomi Islam. sementara data sekunder diperoleh dari arsip dokumen pihak Jurusan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah metode deskriptif analisis.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa etika bisnis yang dilakukan oleh mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam yang meliputi seimbang dalam menetapkan harga, menyempurnakan takaran, berkomunikasi dengan ramah, memiliki visi misi yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, tidak melupakan ibadah, bekerja keras serta produk yang dijual tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam. Namun, sebagian masih ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu tidak jujur terhadap asal usul produk, tidak menepati janji, tidak ramah kepada konsumen yang tidak jadi membeli dan belum melakukan pencatatan keuangan (akuntabilitas).

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Pebisnis, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kehadiran Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat dan para pengikut beliau.

Kepada semua pihak yang membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini, peneliti hanya bisa menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II dan III serta para Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Nur Fathoni, M.Ag., selaku kepala Jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Ahmad Furqon, Lc. M.A., selaku Sekjur Ekonomi Islam.
4. Bapak H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku pembimbing I dan Bapak Choirul Huda, M.Ag., selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibuku tercinta yang telah membesarkan peneliti, atas segala kasih sayang serta do'anya yang tulus ikhlas untuk kesuksesan putrinya.

6. Pihak responden (Dyas, Rohmad, Farid, Baba, Tin, Syaifuddin, Farid, Yunus, Aniq dan Rantau), pihak konsumen serta pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
7. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulisan skripsi ini.

Semarang, 25 Februari 2015
Peneliti,

LIGAYA SAFITRI
NIM.112411008

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI.....	vi
TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	13

BAB II ETIKA BISNIS ISLAM

A. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	15
B. Pentingnya Etika Bisnis Islam.....	18
C. Rukun dan Syarat Jual Beli	19
1. Rukun Jual Beli.....	19
2. Syarat Jual Beli	20
D. Prinsip Etika Bisnis Islam	27
1. Kesatuan (<i>unity</i>).....	28
2. Keseimbangan (keadilan).....	29
3. Kehendak bebas/Ikhtiyar.....	31
4. <i>Amanah</i>	34
5. Kebenaran:kebijakan dan kejujuran.....	37

BAB III BISNIS MAHASISWA JURUSAN EKONOMI ISLAM

A. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	40
1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	40
2. Visi Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	42
3. Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	43
4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	44
B. Jenis Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 ..	44
C. Perilaku Bisnis Dikalangan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011	47

BAB IV ANALISIS ETIKA BISNIS MAHASISWA PRODI EKONOMI ISLAM

A. Analisis Etika Bisnis Mahasiswa Dalam Berbisnis.....	68
---	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	92
B. Saran	92
C. Penutup	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	43
3.2 Data Bisnis Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011 UIN Walisongo Semarang	45
4.1 Data Etika Bisnis Mahasiswa dalam Berbisnis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Struktur Organisasi	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Daftar Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan tulang punggung perekonomian suatu negara. Aktivitas bisnis telah mengantongi izin sejak awal munculnya Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya dalil-dalil al-Qur'an yang menjelaskan mengenai kehalalannya, salah satunya seperti yang tertera dalam QS. al-Baqarah: 275 yang berbunyi:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا^٢

Artinya: “. . . Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. . .”.¹

Ayat diatas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa. Sementara itu, Allah mengharamkan segala bentuk transaksi yang mengandung riba. Riba merupakan bentuk mal praktek bisnis yang memuat unsur *bathil*, *fasad* dan *dhalim* yang pada akhirnya akan mengakibatkan penderitaan bagi salah satu pihak.²

Islam tidak menghendaki adanya pengangguran, namun Islam menuntut umatnya untuk bekerja keras agar kebutuhan hidupnya dapat dipenuhi. Salah

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Jumanatul 'Ali-Art (J-ART), 2005, h. 48.

² Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta : Salemba Diniyah, 2002, h.141.

satu jalan untuk memenuhi kebutuhan tersebut antara lain dengan melakukan aktivitas bisnis.³

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah.⁴

Menurut Muhammad, etika bisnis Islami merupakan suatu norma yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis.⁵ Dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan.

Dalam ekonomi Islam visi misi bisnis tidak hanya berorientasi pada maksimalisasi laba seperti halnya pada kaum kapitalis yang berprinsip dengan biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar,⁶ melainkan visi misi bisnis Islami lebih mengedepankan manfaat dari suatu produk serta keberkahan dalam memperoleh keuntungan. Sebagaimana firman Allah yang termaktub dalam QS. Al-Isra' (17): 18-19, yang berbunyi:

³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perpektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, Cet. Ke-1, 2007, h.22.

⁴ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang : UIN-Malang Press, Cet. Ke-1, 2007, h. 16.

⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004, h. 41.

⁶ Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000, h.18.

مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعَاجِلَةَ عَجَّلْنَا لَهُ فِيهَا مَا نَشَاءُ لِمَنْ نُرِيدُ ثُمَّ جَعَلْنَا لَهُ
 جَهَنَّمَ يَصْلَاهَا مَذْمُومًا مَّدْحُورًا ﴿١٨﴾ وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَىٰ لَهَا سَعْيَهَا
 وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ كَانَ سَعْيُهُمْ مَشْكُورًا ﴿١٩﴾

Artinya: “Siapa yang menghendaki kebahagiaan (kehidupan) yang cepat (dunia) maka Kami segerakan baginya di dunia ini apa yang Kami kehendaki bagi orang yang Kami kehendaki, dan Kami tetapkan baginya neraka jahannam. Ia akan memasukinya dalam keadaan tercela dan terusir. Barang siapa yang menghendaki kebahagiaan akhirat (masa depan) dan berusaha ke arah itu dengan sungguh-sungguh lagi dia seorang mukmin, maka mereka itulah adalah orang-orang yang usaha-usahanya disyukuri (dibalas dengan baik)”.⁷

Dari paparan ayat di atas, terlihat jelas bahwa al-Qur'an telah mengarahkan para pelaku bisnis pada visi bisnis masa depan yang bukan semata-mata mencari keuntungan duniawi, melainkan mencari keuntungan secara hakiki yang akhirnya akan membawa mereka untuk memperoleh apa yang ada di sisi Allah.

Akan tetapi, kenyataan yang ada sekarang telah terjadi pergeseran etika dalam berbisnis, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, mengurangi timbangan atau takaran, *gharar*, penipuan, penimbunan, skandal, korupsi, kolusi, dan ijon. Hal tersebut menandakan merosotnya kejujuran, etika, rasa solidaritas serta tanggung jawab, sehingga terjadilah persaingan yang tidak sehat diantara para pelaku bisnis.⁸

Bentuk-bentuk transaksi diatas hendaknya menjadi perhatian serius dari para pelaku bisnis muslim, khususnya mahasiswa UIN Walisongo Semarang

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an ...*, h. 285.

⁸ Muhammad, *Etika ...*, h. 236.

yang tidak pernah luput dari pengetahuan tentang *mu'amalah*. Banyak mahasiswa UIN Walisongo Semarang khususnya Jurusan Ekonomi Islam angkatan 2011 yang kuliah sambil berbisnis dengan tujuan untuk menambah pemasukan dan memanfaatkan waktu luangnya. Disitulah terjadi kegiatan ekonomi yang melibatkan banyak pihak, baik pembeli, pemasok, pemodal maupun *stakeholder* lainnya.

Beragam transaksi bisnis dilakukan oleh mahasiswa UIN Walisongo Semarang, mulai dari menjual baju secara online, hijab, pulsa, service laptop, jualan minuman dan masih banyak lagi. Kegiatan tawar menawar tentu sudah pernah dialami. Aktivitas bisnis para mahasiswa bisa dilakukan dimana saja, baik di kampus, di rumah maupun di kos. Dalam menjalankan bisnis, mereka tidak terikat waktu tertentu, kecuali bagi yang berjualan minuman ataupun makanan lainnya, karena mereka butuh tempat jualan yang tetap serta waktu jualan yang pasti.

Dalam dunia bisnis memiliki keinginan untuk memperoleh keuntungan merupakan suatu hal yang wajar, akan tetapi hak pembeli harus tetap dihormati, dalam artian penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli.⁹ Sementara para pebisnis masih berasumsi bahwa ukuran keberhasilan suatu bisnis terletak pada seberapa besar keuntungan dalam bentuk materil yang diperoleh serta seberapa banyak barang yang bisa terjual.

Fenomena inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai etika dalam berbisnis seperti yang telah Rasulullah

⁹ Djakfar, *Etika Bisnis ...*, h. 31.

ajarkan, sehingga dari permasalahan diatas, peneliti tergugah untuk mengangkat judul **“ETIKA BISNIS MAHASISWA (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”**.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana etika bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 UIN Walisongo Semarang dalam berbisnis?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui etika bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 UIN Walisongo Semarang dalam berbisnis.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademis

Dalam penelitian ini manfaat yang dapat diambil secara akademis adalah untuk menambah wawasan mengenai etika bisnis yang di tauladankan Rasulullah dalam menjalankan usaha dan dapat dijadikan referensi penelitian untuk topik-topik yang berkaitan.

2. Bagi Pelaku Bisnis

Manfaat yang dapat diambil bagi pelaku bisnis adalah dapat mengimplementasikan etika bisnis yang telah Rasulullah praktikkan dalam

menjalankan usaha, sehingga pelaku bisnis tidak hanya memperoleh keuntungan di dunia tetapi juga memperoleh keuntungan di akhirat kelak.

D. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Agam Santa Atmaja yang berjudul *Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)* menjelaskan bahwa jumlah pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal sebanyak 869 orang. Etika bisnis Islam yang diterapkan pada setiap pedagang khususnya pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal berdampak positif bukan hanya sebatas keuntungan duniawi saja, akan tetapi keuntungan yang bersifat akhirat. Selain itu, hasil penelitian menyebutkan bahwa para pedagang tetap mendapatkan keuntungan dengan menerapkan etika bisnis dalam usahanya.¹⁰
2. Penelitian Hafiz Juliansyah yang berjudul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*. Penulis mengungkapkan bahwa faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam adalah tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ikhsan. Tauhid merupakan kepercayaan terhadap keesaan Tuhan, sehingga akan merasa diawasi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Keseimbangan merupakan keadilan dalam melakukan kegiatan bisnis tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Kehendak bebas merupakan

¹⁰ Agam Santa Atmaja, *Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)*, IAIN Walisongo Semarang, 2014, h. 104.

kebebasan untuk melakukan kontrak di pasar, sehingga terbentuklah permintaan dan penawaran. Tanggung jawab diimplementasikan paling tidak dalam tiga hal, yaitu perhitungan keuntungan, menghitung bagi hasil dan dalam sistem ijon. Sedangkan ikhsan melaksanakan perbuatan yang mendatangkan manfaat bagi orang lain tanpa mengharapkan imbalan. Variabel ihsan, keseimbangan dan tanggung jawab mampu menjelaskan 47,140 % dari keragaman item-item penelitian, kehendak bebas dan tauhid dapat menjelaskan 20,095 % dari item-item penelitian.¹¹

Dengan melihat tinjauan pustaka diatas nampak adanya perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang, perbedaan tersebut terletak pada tema pembahsan dan objek penelitian. Pada penelitian ini, etika bisnis didasarkan pada prinsip kesatuan (*unity*), kesetimbangan (keadilan), kehendak bebas/ ikhtiyar, pertanggungjawaban serta kebenaran. Semenrata objek penelitian yaitu pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam angkatan 2011 FEBI UIN Walisongo Semarang.

E. Metode penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*), artinya data-data yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini adalah fakta-fakta di lapangan yang berkaitan langsung dengan objek

¹¹ Hafiz Juliansyah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*, UIN Syarif Hidayatullah, 2011, h. 108.

penelitian yaitu mahasiswa UIN Walisongo Semarang Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011. Peneliti memilih objek tersebut karena peneliti sudah sering terlibat transaksi bisnis dengan objek penelitian, sehingga dapat diketahui secara lebih mendalam mengenai aktivitas bisnis yang dijalankan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam.¹² Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia)¹³ dimana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik melainkan analisis data dilakukan secara induktif.¹⁴ Dalam penelitian ini meneliti tentang etika bisnis dikalangan mahasiswa FEBI Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 UIN Walisongo Semarang.

2. Metode Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pemilihan sampel dari populasi harus benar-benar representatif, sehingga apa yang dipelajari dari sampel kesimpulannya juga dapat diberlakukan untuk populasi.¹⁵ Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, Cet. Ke-19, 2013, h. 209.

¹³ Burhan Bungin (ed), *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, h. 42.

¹⁴ Sugiyono, *Metode ...*, h. 9.

¹⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, Cet. Ke-23, 2013, h. 62.

sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli dibidang makanan.¹⁶

Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan responden berdasarkan jenis bisnisnya, kemudian dari masing-masing kategori diambil satu sebagai sampel. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 10 responden.

3. Sumber Data

Sumber data merupakan sumber dari mana data dapat diperoleh.¹⁷ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian.¹⁸ Seperti hasil wawancara maupun dari hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, data primer berasal dari informasi para mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 yang menjalankan usaha, konsumen serta informan lain yang terkait dengan dengan penelitian ini yang diperoleh melalui wawancara maupun observasi.

¹⁶ *Ibid.*, h. 68.

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h. 172.

¹⁸ Sugiono, *Metode ...*, h. 225.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak secara langsung diperoleh dari objek penelitian, melainkan diperoleh dari sumber-sumber tertulis. Sumber tertulis tersebut meliputi sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi serta dokumen resmi.¹⁹

4. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu:

a. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku objek secara sistematis dengan tujuan untuk mendikripsikan lingkungan yang diamati, aktivitas-aktivitas yang berlangsung serta individu-individu yang terlibat.²⁰ Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi partisipasi pasif, artinya peneliti datang ke lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas (jual beli) yang dilakukan oleh objek yang diamati.²¹ Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung di lapangan dan mencatat kejadian-kejadian yang berkaitan dengan etika bisnis dikalangan mahasiswa Prodi Ekonomi Islam

¹⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009, h. 158.

²⁰ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010, h. 131.

²¹ Sugiyono, *Metode ...*, h. 227.

angkatan 2011 yang mereka lakukan serta mengamati setiap proses transaksi jual beli antara penjual dan pembeli.

b. *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah proses tanya jawab antara interviewer dengan narasumber untuk bertukar informasi dan ide, sehingga interviewer dapat mengetahui hal-hal yang terkait dengan penelitian secara lebih akurat dan mendalam.²² Peneliti melakukan wawancara dengan para mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 UIN Walisongo Semarang yang menjalankan bisnis serta konsumen yang pernah membeli produk maupun jasa dari para mahasiswa (pelaku bisnis). Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur (*semistructure interview*) artinya peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu, akan tetapi pelaksanaannya lebih bebas, dalam arti tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas.²³

c. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari observasi dan wawancara

²² *Ibid.*, h. 231.

²³ *ibid.*, h. 233.

dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu buku-buku yang dijadikan sumber rujukan dalam penulisan skripsi.²⁴

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan, menyusun kedalam pola, dan membuat kesimpulan agar dapat di fahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada kepada orang lain.²⁵

Untuk menganalisa data yang telah diperoleh dari hasil wawancara maupun observasi, peneliti menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai objek penelitian sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Setelah itu data dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan.²⁶

Penerapan metode analisis yang telah dijabarkan diatas yaitu dengan mewawancarai para pelaku bisnis dalam hal ini mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 UIN Walisongo Semarang dan konsumen untuk mengetahui bagaimana etika bisnis ketika melakukan transaksi jual-beli, apakah sudah sesuai dengan etika bisnis yang telah ditauladankan Rasulullah atau belum.

²⁴ Ibid., h. 240.

²⁵ *ibid.*, h. 244.

²⁶ *ibid.*, h. 247.

F. Sistematika penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memperjelas garis-garis besar dari masing-masing bab secara sistematis agar tidak terjadi kesalahan dalam penyusunannya. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Tinjauan Pustaka
- E. Metode Penelitian
- F. Sistematika Penulisan

BAB II ETIKA BISNIS ISLAM

- A. Pengertian Etika Bisnis Islam
- B. Pentingnya Etika Bisnis Islam
- C. Syarat dan Rukun Bisnis (Jual Beli)
- D. Prinsip Etika Bisnis Islam

BAB III ETIKA BISNIS MAHASISWA PRODI EKONOMI ISLAM

- A. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
- B. Jenis Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011
- C. Perilaku Bisnis Dikalangan Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011

BAB IV ANALISIS ETIKA BISNIS MAHASISWA PRODI EKONOMI
ISLAM

A. Analisis Etika Bisnis Mahasiswa Dalam Berbisnis

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

C. Penutup

BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM

A. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam terdiri dari tiga kata yaitu etika, bisnis dan Islam. Istilah etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang memiliki arti adat kebiasaan. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik itu berhubungan dengan diri sendiri maupun berhubungan dengan orang lain.¹

Dalam KBBI, etika berarti ilmu mengenai apa yang baik dan apa yang buruk, kumpulan nilai yang berkenaan dengan akhlaq serta asas perilaku yang menjadi pedoman.² Secara terminologi, etika dapat diartikan sebagai studi sistematis mengenai konsep nilai, baik, buruk, benar, salah yang memimpin manusia dalam membuat keputusan serta bertingkah laku.³

Menurut Burhanudin Salam sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin menyebutkan bahwa etika merupakan satau ilmu yang membahas mengenai permasalahan tingkah laku manusia untuk mengetahui mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai jahat.⁴

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa etika merupakan seperangkat nilai yang membimbing manusia untuk membedakan

¹ Buchari Alma dan Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009, h. 204.

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008, h. 399.

³ Faisal Badroen, et al., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, Cet. Ke-2, 2006, h. 5.

⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, Cet. Ke-1, 2009, h. 11.

antara baik, buruk dalam berperilaku dan beraktivitas dengan tujuan mencapai kesejahteraan bersama.

Untuk memenuhi kebutuhan hidup terdapat banyak cara serta beragam bentuk yang terjadi, namun dasarnya tetaplah jual beli⁵ termasuk didalamnya aktivitas bisnis. Setiap berbisnis pasti terjadi kegiatan jual beli baik berupa barang maupun jasa.

Kata bisnis merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu “*business*” yang memiliki arti urusan, usaha dagang dan kesibukan.⁶ Dalam KBBI, bisnis diartikan sebagai usaha komersial di dunia perdagangan, bidang usaha, dan usaha dagang.⁷

Menurut Skinner sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat.⁸ Dari pengertian bisnis baik menurut bahasa maupun istilah jelas bahwa bisnis sama dengan jual beli.

Jual beli menurut bahasa memiliki arti *al-Bai’, al-Tijarah dan al-Mubadalah*.⁹ Sedangkan menurut istilah banyak para tokoh yang berpendapat mengenai pengertian jual beli, meskipun redaksinya beda akan tetapi memiliki arti yang sama.

Menurut Sayyiq Sabiq sebagaimana yang dikutip oleh Qamarul Huda jual beli adalah:

⁵ Ibrahim Lubis, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Jakarta: Radar Jaya Offset, 1995, h. 337.

⁶ Wojowasito dan Poerwadarminta, *Kamus Lengkap Inggris-Indonesia, Indonesia-Inggris*, Bandung: Media IPTEK Bandung, 1980, h. 20.

⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus...*, h. 209.

⁸ Arifin, *Etika ...*, h. 20.

⁹ Heri Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008, h. 67.

مُبَادَلَةٌ مَالٍ بِمَالٍ عَلَى سَبِيلِ الثَّرِّ اضْيَ أَوْ نَقْلُ مِلْكٍ بَعْوَضٍ عَلَى الْوَجْهِ الْمَأْذُونِ
فِيهِ

“Pertukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling meridhoi atau memindahkan hak milik disertai penggantiannya dengan cara yang dibolehkan”.¹⁰

Menurut Heri Suhendi jual beli adalah perjanjian tukar menukar barang yang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian yang dibenarkan syara’ dan disepakati.¹¹

Dari beberapa pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang lain yang seimbang dengan didasari rasa saling ridho serta dilakukan dengan cara-cara tertentu yang sesuai dengan syariat Islam.

Rasulullah pernah mengatakan bahwa 90% rizki Allah yang diperoleh manusia berasal dari kegiatan perdagangan (bisnis).¹² Akan tetapi Rasul selalu mendasari bisnisnya dengan etika Islam ketika berhubungan dengan pelanggan, pemasok maupun *stakeholder*.

Menurut bahasa Islam berasal dari bahasa Arab yang diambil dari kata *salima* yang berarti selamat. Dari kata *salima* dibentuk menjadi kata *aslama* yang berarti berserah diri, patuh dan tunduk. Kemudian jadilah kata Islam yang mengandung arti selamat, aman, damai, patuh, berserah diri dan taat.¹³

¹⁰ Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Terass, 2011, h. 51.

¹¹ Suhendi, *Fiqh ...*, h. 68.

¹² Abdul Sami’ Al-Mishri, *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006, h. 89.

¹³ Abuddin Nata, *Studi Islam Komprehensif*, Jakarta: Kencana, 2011, h. 11.

Menurut istilah banyak para tokoh yang memberi penjabaran mengenai pengertian Islam. Menurut Maulana Muhammad Ali yang dikutip oleh Abuddin Nata, Islam adalah agama yang sebenarnya bagi umat manusia. Para nabi mengajarkan agama Islam di berberbagai zaman dan Nabi Muhammad adalah nabi yang terakhir dan paling sempurna. Sedangkan menurut Harun Nasution, Islam adalah agama yang ajaran-ajarannya diwahyukan Allah kepada manusia melalui Nabi Muhammad. Islam membawa ajaran-ajaran mengenai berbagai segi dari keidupan manusia.¹⁴ Jadi, Islam adalah agama yang didasarkan pada wahyu Allah yang disampaikan kepada Nabi Muhammad dalam bentuk ayat-ayat al-Qur'an yang menjadi pedoman bagi seluruh umat manusia.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai, aturan maupun tata cara yang dijadikan pedoman dalam berbisnis sehingga aktivitas bisnis yang dilakukan tidak menyimpang dari ajaran Islam. Jadi, antara etika dengan bisnis merupakan dua hal yang saling berhubungan sehingga menghasilkan suatu tatanan bisnis yang saling menguntungkan diantara kedua belah pihak.

B. Pentingnya Etika Bisnis Islam

Sepanjang sejarah kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika. Tidak dapat disangkal bahwa sekarang ini etika bisnis mendapat perhatian yang besar sampai menjadi disiplin ilmu yang berdiri

¹⁴ *Ibid.*, h. 21.

sendiri. Hadirnya etika dalam dunia bisnis sangat diharapkan oleh semua pihak. Hal tersebut dikarenakan semua orang ingin memperoleh perlakuan yang etis dalam melakukan transaksi perdagangan.

Praktek manipulasi dalam perdagangan tidak akan pernah terjadi jika dilandasi dengan etika yang tinggi. Etika memiliki kendali intern dalam hati nurani seseorang. Pelaku bisnis yang bisnisnya dilandasi dengan nilai keagamaan akan mengetahui bahwa perilaku etis dalam bisnis akan memberikan kepuasan tersendiri baik di dunia maupun di akhirat kelak.¹⁵

Dalam bisnis, etika Islam memiliki beberapa kepentingan yaitu:

1. Etika bisnis Islam dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan suatu lembaga bisnis yaitu mencari keuntungan dengan tuntutan moralitas.
2. Etika bisnis Islam bertugas melakukan perubahan atas kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan pemahaman bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika.¹⁶

C. Rukun dan Syarat Jual Beli

1. Rukun Jual Beli

Ketika melakukan jual beli terdapat beberapa hal yang wajib ada terlebih dahulu agar jual beli yang dilakukan menjadi sah menurut Islam. Beberapa hal tersebut dinamakan rukun. Ada beberapa rukun yang harus dipenuhi ketika melakukan jual beli yaitu:

¹⁵ Junni Priansa, *Manajemen...*, h. 200.

¹⁶ Muhammad, *Etika Bisnis islam*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004, h. 60-61.

- a. *'aqid* (pihak yang melakukan akad)
- b. *Ma'qud alaih* (objek akad)
- c. Akad (ijab qobul)¹⁷

2. Syarat Jual Beli

- a. *'aqid* (pihak yang melakukan akad)

Pihak yang melakukan akad sebut saja penjual dan pembeli.

Persyaratan yang harus dipenuhi penjual sama dengan persyaratan yang harus dipenuhi pembeli yaitu:

- 1) Berakal sehat dan cakap melakukan perbuatan hukum. Orang gila dan bodoh tidak sah ketika melakukan jual beli dengan alasan mudah untuk ditipu dan tidak pandai mengendalikan harta.
- 2) Pihak yang berakad atas kehendak sendiri atau tidak dipaksa. Menurut jumhur ulama' jual beli yang dilakukan dengan paksaan maka jual beli tersebut tidak sah. Sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nisa': 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ^{١٨}

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu makan harta yang ada diantara kamu dengan jalan bathil melainkan dengan jalan jual beli yang berlaku atas dasar suka sama suka”.¹⁸

Akan tetapi menurut madzhab Syafi'i jual beli yang mengandung unsur paksaan dapat dikatakan sah apabila paksaan

¹⁷ Siti Mujibatun, *Pengantar Fiqih Muamalah*, Semarang: eLSA, 2012, h. 87.

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Jumanatul 'Ali-Art (J-ART), 2005, h. 54.

tersebut karena suatu hak, misalnya hakim atau pihak yang berwenang memaksa orang lain untuk menjual barangnya guna membayar hutangnya. Paksaan seperti itu tidak mencatikan akad jual beli dan dianggap sah. Lain halnya dengan paksaan tanpa suatu hak, artinya seseorang memaksa orang lain padahal dia tidak punya hak untuk memaksa, maka jual beli tersebut tidak sah.¹⁹

3) Baligh

Menurut jumhur ulama' anak yang belum baligh tidak sah melakukan jual beli dan harus diwakili oleh walinya. Tetapi menurut madzhab Hanafi anak yang belum baligh tetapi dia sudah *mumayyiz* (anak yang dapat membedakan hal yang baik dan buruk) serta mengerti tentang jual beli boleh melakukan jual beli dengan catatan jual beli tersebut untuk barang-barang yang nilainya kecil, misalnya jual beli koran, permen, makanan ringan dan sejenisnya.²⁰

b. *Ma'qud alaih* (objek akad)

Salah satu rukun jual beli adalah objek akad atau barang yang diperjualbelikan. Agar kegiatan jual beli menjadi halal ada beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh *ma'qud alaih* yaitu:

- 1) Barang yang diperjualbelikan harus suci dan halal, tidak sah menjual barang-barang najis. Akan tetapi benda-benda najis yang memiliki manfaat boleh diperjualbelikan dengan catatan tidak untuk dikonsumsi. Contohnya jual beli pupuk kandang dan anjing pelacak.

¹⁹ Huda, *Fiqih ...*, h. 62.

²⁰ Lubis, *Ekonomi ...*, h. 342-343.

- 2) Barang yang diperjualbelikan harus memiliki manfaat.

Pada mulanya segala sesuatu yang ada dimuka bumi ini mengandung manfaat. Dengan prinsip tersebut suatu benda dikatakan tidak memiliki manfaat apabila ditegaskan oleh nash dan benda tersebut benar-benar bersifat merusak. Hukum penjualan benda yang dipandang tidak memiliki kegunaan berkaitan dengan tujuan penggunaannya. Misalkan obat-obat bius (heroin, morfin dan sejenisnya) dapat digunakan obat anti sakit didunia kedokteran, akan tetapi juga dapat menimbulkan bencana jika disalahgunakan.

- 3) Barang yang diperjualbelikan milik si penjual atau kepunyaan orang atau badan yang diwakilinya.
- 4) Barang yang diperjualbelikan dapat diserahterimakan dengan cepat maupun lambat. Tidak sah menjual barang yang tidak dapat diserahterimakan, misalnya burung yang terlepas dari sangkarnya, menjual barang-barang yang sudah hilang dan sejenisnya.
- 5) Barang dan harga barang yang diperjualbelikan harus jelas. Kejelasan yang dimaksud meliputi ukuran, takaran, karakteristiknya serta kejelasan harga. Untuk barang-barang yang tidak dapat dihadirkan ketika transaksi berlangsung penjual harus menjelaskan barang tersebut secara rinci.²¹

²¹ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, Bandung: CV. Diponegoro, 1984, h. 87-92.

Jual beli yang dilarang dalam Islam sangat banyak. Berkenaan dengan hal tersebut Wahbah Al-Juhaili sebagaimana dikutip oleh Rachmad Syafe'i menyatakan bahwa *ma'qud alaih* (barang dagangan) yang dilarang untuk dijualbelikan di antaranya sebagai berikut:

- 1) Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan, misalkan burung yang ada di udara atau ikan yang ada di air.
- 2) Jual beli *gharar*

Jual beli *gharar* adalah jual beli barang yang mengandung kesamaran. *Gharar* dilarang karena terdapat unsur-unsur ketidakpastian yang dapat menyebabkan perselisihan, konflik atau pengambilan uang orang lain secara tidak adil.

- 3) Jual beli barang yang tidak jelas (*majhul*). Menurut jumhur ulama' jual beli tersebut tidak sah karena tidak diketahui kadar serta kualitasnya. Misanya menjual anak sapi yang masih dalam kandungan induknya.
- 4) Jual beli benda milik tapi belum dikuasai atau menjual kembali barang yang dibeli sebelum barang itu diterima (*bai' qabl al-qabdh*). Sebagaimana hadits Nabi Muhammad SAW:

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ يَحْيَى. حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ زَيْدٍ وَحَدَّثَنَا أَبُو الرِّبِيعِ الْعَتَكِيُّ وَقُتَيْبَةُ قَالَ: حَدَّثَنَا حَمَّادٌ عَنْ عَمْرِو بْنِ دِنَارٍ عَنْ طَاوُسٍ عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَنْ ابْتَاعَ طَعَامًا فَلَا يَبِيعُهُ حَتَّى يَسْتَوْفِيَهُ. قَالَ ابْنُ عَبَّاسٍ: وَأَحْسِبُ كُلَّ شَيْءٍ مِثْلَهُ. (رواه مسلم)

“Yahya bin Yahya menceritakan kepada kami, Hammad bin Zaid menceritakan kepada kami, Abu Rabi’ Al Ataki dan Qutaibah juga menceritakan kepada kami, keduanya berkata: Hammad menceritakan kepada kami dari Amr bin Dinar, dari Thawus, dari Ibnu Abbas, bahwa Rasulullah SAW bersabda: ‘Barangsiapa membeli makanan, maka jangan menjualnya kembali sampai ia menerima barangnya dengan sempurna’. Ibnu Abbas berkata: ‘saya beranggapan bahwa semua barang sama dengan makanan’” (Hadits riwayat Muslim).²²

5) Jual beli buah-buahan yang belum masak (ijon).²³

Sistem ijon tidak diperbolehkan menurut Islam karena terdapat unsur ketidakpastian sehingga dapat merugikan penjual dan pembeli serta harga tidak bisa ditentukan dengan layak. Misalnya petani sepakat untuk menjual hasil panennya kepada tengkulak dengan harga Rp 750.000, padahal pada saat akad sawah petani belum dipanen sehingga belum diketahui spesifikasi barang dan kuantitasnya.²⁴

Menurut Mustaq Ahmad dalam bukunya yang berjudul *Etika Bisnis dalam Islam* menjelaskan bahwa kategori bisnis yang dilarang adalah bisnis yang mengandung unsur riba, penipuan, monopoli, penimbunan dan pemaksaan.²⁵

²² Imam An-Nawawi, *Syarah Shahih Muslim*, Terj. Ahmad Khotib, Jakarta: Pustaka Azzam, 2011, h. 498.

²³ Rachmad Syafe’i, *Fiqih Muamalah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2001, h. 97-99.

²⁴ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: IIIT Indonesia, 2002, h. 164.

²⁵ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2006, h. 123-

c. Akad (*ijab qobul*)

Menurut madzhab syafi'i jual beli dikatakan tidak sah jika belum terjadi akad.²⁶ Akad adalah kesepakatan antara beberapa pihak yang terjadi melalui transaksi jual beli, tukar-menukar barang, hibah dan lain sebagainya. Selain itu akad bisa dikatakan sebagai bentuk keridhaan antara penjual dan pembeli.

Rukun akad adalah ijab dan qobul. Ijab merupakan ucapan atau tindakan yang lahir pertama kali dari salah satu pihak yang berakad. Qobul adalah ucapan atau tindakan yang lahir setelah ijab. Agar suatu akad (*ijab qobul*) menjadi sah ada beberapa syarat yang harus dipenuhi yaitu:

- 1) Antara ijab dan qobul jangan diselengi dengan kata-kata lain.
- 2) Adanya kesesuaian antara ijab dan qobul terhadap harga barang maupun jenis barang yang diperjualbelikan.
- 3) Ketika penjual telah menyatakan ijab, maka pembeli jangan diam saja sehingga ada kesinambungan antara keduanya dalam satu majlis akad.²⁷

Dalam melaksanakan ijab qobul ada beberapa bentuk yang bisa dilakukan, diantaranya:

a. *Shighat*

Shighat adalah perkataan yang diucapkan oleh kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli yang menunjukkan

²⁶ Teungku Muhammad Hasbi Ash Shiddieqy, *Hukum-Hukum Fiqih Islam Tinjauan Antar Mazhab*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2001, h. 329.

²⁷ Suhendi, *Fiqih ...*, h. 71.

kesepakatan diantara mereka. Ketika mengucapkan ijab qobul lafad yang dipakai harus terang pengertiannya menurut adat kebiasaan ('urf), kata yang diucapkan harus bersesuaian antara ijab dan qobul (*tawafuq bainal 'ibaratain*) serta *shighat* ijab qobul harus memperlihatkan kesungguhan antara pihak-pihak yang berakad.²⁸

b. Akad tertulis (kitabah)

Berakad dengan ucapan bukanlah satu-satunya jalan. Pelaku akad yang saling berjauhan bisa melakukan akad dengan cara tulisan, dengan catatan surat tersebut harus jelas dan terang mengenai maksud dan tujuan dari pihak yang berakad. Misalnya surat-menyurat, sms, *chatting* dan sejenisnya yang menggunakan media tulisan.

c. Isyarat (isyarah)

Bagi orang yang tidak bisa bicara (bisu) bisa melakukan akad dengan cara memberi isyarat kepada pihak lain yang melakukan akad. Sebagaimana kaidah yang dikemukakan oleh para fuqoha sebagai berikut:

الْإِشَارَةُ الْمَعْهُودَةُ لِأَخْرَسٍ كَالْبَيَانِ بِاللِّسَانِ

“Isyarat orang bisu itu sama dengan penjelasan dengan lisan”²⁹

²⁸ Teungku Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqih Muamalah*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2009, h. 26.

²⁹ *Ibid.*, h. 27.

Isyarat yang dipakai ketika akad harus dapat dimengerti maksudnya oleh pihak yang melakukan akad agar tidak terjadi kekecewaan diantara salah satu pihak.

d. *Ta'athi* (akad *secara* beri memberi)³⁰

Di zaman yang modern ini, akad dengan cara *ta'athi* merupakan salah satu alternatif yang memudahkan penjual dan pembeli ketika melakukan akad jual beli. *Ta'athi* dilakukan dengan cara penjual memberikan harga dan pembeli mengambil barang. Contohnya jual beli di Swalayan, Alfamart, Indomart dan sejenisnya.

Dengan melihat bentuk-bentuk akad di atas dapat disimpulkan bahwa akad jual beli dapat dilakukan dengan bermacam cara, baik dengan ucapan, tulisan, isyarat maupun *ta'athi*. Yang menjadi catatan disini adalah antara kedua belah pihak yang berakad saling memahami maksud dari akad tersebut serta saling merelakan diantara mereka.³¹

D. Prinsip Etika Bisnis Islam

Pada prinsipnya, ajaran Islam tentang etika dalam bisnis merupakan petunjuk bagi para pelaku bisnis untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, sesama manusia, alam sekitar serta tidak pernah lalai untuk beribadah kepada

³⁰ *Ibid.*,

³¹ Ya'qub, *Kode ...*, h. 74.

Allah. Kecintaan terhadap bisnis tidak boleh melebihi kecintaan terhadap Allah dan Rasulullah.³²

Konsep dalam berbisnis yang Rasulullah SAW praktikkan yaitu selalu berlaku adil dan jujur . Dalam hal ini, bisnis yang adil dan jujur adalah bisnis yang tidak mendhalimi dan tidak pula didhalimi,³³ sebagaimana firman Allah yang termaktub dalam QS. Al- Baqarah (2): 279 yang berbunyi:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya.”³⁴

Kunci sukses dalam hal bisnis yaitu terletak pada etika Islam yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Secara normatif dapat dijelaskan bahwa dalam aspek ekonomi dan bisnis terdapat 5 prinsip etika bisnis yang harus melandasi suatu bisnis yaitu:³⁵

1. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan merupakan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk suatu kesatuan yang harmonis. Berdasarkan prinsip tersebut maka pebisnis muslim harus memiliki kecerdasan spiritual dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Sebagai seorang pebisnis muslim menjalankan bisnis merupakan ibadah yang harus dimulai dengan niat

³² Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 98.

³³ Jusmaliani, et al., *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, h. 51.

³⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 48.

³⁵ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, h. 12-18.

yang suci. Rasulullah selalu bertaqwa kepada Allah dan tidak pernah menomorduakan ibadah. Dengan bertaqwa akan melahirkan para pelaku bisnis yang memiliki kepribadian taat beragama, selalu berbuat baik dan tidak pernah mau melakukan perbuatan tercela dalam aktivitas bisnisnya. Implikasi dari kecerdasan spiritual tersebut akan menciptakan kemajuan bisnis, mensejahterakan keluarga, bangsa dan negara.³⁶

2. Keseimbangan (keadilan)

Keseimbangan atau keadilan merupakan prinsip yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim terutama para pebisnis dalam setiap kegiatan bisnisnya. Prinsip keseimbangan atau keadilan dalam bisnis dapat diwujudkan dengan dua hal berikut:

a) Menyempurnakan takaran atau timbangan

Salah satu cermin keadilan adalah dengan menyempurnakan takaran dan timbangan. Tindakan tersebut yang jarang diperhatikan oleh para pelaku bisnis, terlebih ketika dagangannya ramai oleh pembeli. Ketika menimbang meskipun kurang 1 gr belum dikatakan takaran yang sempurna. Hal itu sama artinya dengan merampas hak pembeli dan termasuk memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil. Sebagaimana firman Allah dalam QS. al-Isra' (17): 35 yang berbunyi:

³⁶ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari press, 2011, h. 38.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ
تَأْوِيلًا

Artinya: "Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya".³⁷

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa al-Qur'an telah memberi penegasan bahwasannya hal mendasar yang digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretika adalah dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media takaran dan timbangan.³⁸

b) Seimbang dalam menetapkan harga

Keadilan sangat relevan dalam hal penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Menurut Iman Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kesulitan perjalan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang. Motif berdagang adalah mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Namun Imam Ghazali tidak setuju dengan keuntungan yang besar dalam arti melipatgandakan harga dalam jual beli. Keuntungan bisnis dalam Islam tidak hanya sekedar keuntungan yang berupa pundi-pundi rupiah, akan tetapi keuntungan yang lebih kekal yakni keuntungan akhirat.³⁹

³⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 286.

³⁸ Fauroni, *Visi Al-Qur'an ...*, h. 21.

³⁹ Rivai, *Islamic ...*, h. 128.

Seorang pembisnis juga harus berlaku ihsan, maksudnya ketika pembeli menambah harga suatu barang karena senangnya akan barang tersebut maka penjual harus mencegahnya. Terlebih jika pembeli benar-benar membutuhkan barang yang dimiliki oleh penjual.⁴⁰ Dalam dunia bisnis haruslah melahirkan suatu *win-win situation*, maksudnya situasi yang saling menguntungkan diantara semua pihak. Semua pelaku bisnis pasti ingin memperoleh keuntungan, begitu juga pembeli ingin memperoleh barang dan jasa yang memuaskan.⁴¹

3. Kehendak bebas/Ikhtiyar

Manusia dengan segala kelebihanannya dianugerahi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Sebagai khalifah di bumi manusia memiliki kebebasan untuk mengarahkan kehidupannya pada tujuan yang diinginkannya, namun kebebasan tersebut bukan berarti kebebasan yang tanpa mempunyai batas. Dalam aspek bisnis seorang pebisnis memiliki kebebasan dalam hal:

a) Membuat perjanjian

Pebisnis muslim yang percaya pada kehendak Allah akan selalu selalu menepati dan memuliakan janjinya baik kepada pembeli, pemasok, rekan kerja, *stakeholder* dan tentunya menepati janji kepada Allah dalam bentuk melaksanakan semua perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya.

⁴⁰ Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, h. 181.

⁴¹ Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998, h. 79.

Janji adalah ikrar dan kesanggupan yang telah dinyatakan kepada seseorang. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati.

Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi janjinya dapat dikatakan sebagai golongan orang yang munafiq. Terlebih di era informasi yang terbuka dan cepat seperti sekarang ini mengingkari janji dalam dunia bisnis sama halnya dengan menggali kubur bagi bisnisnya sendiri. Karena dalam waktu singkat para rekan bisnis akan mencari mitra kerja yang dapat dipercaya.⁴²

b) Bekerja

Manusia memiliki kebebasan untuk bekerja (bisnis) guna memenuhi segala kebutuhannya. Setiap usaha pasti terdapat resiko yang harus dihadapi. Seorang pebisnis hendaknya tanggap terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat serta menganalisis kejadian lapangan yang ada untuk segera diputuskan mengenai langkah kedepan perusahaan.

Setelah mengetahui langkah yang harus ditempuh, pebisnis bekerja semaksimal mungkin untuk meraih apa yang diinginkan. Dalam Islam bekerja merupakan kewajiban kedua setelah ibadah.

⁴² Keraf, *Etika ...*, h. 78.

Sebagaimana firman Allah dalam QS. al-Jumu'ah (62): 10 yang berbunyi:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.⁴³

Oleh karena itu apabila bekerja dilakukan dengan ikhlas maka bekerja bernilai ibadah. Mengingat hal tersebut bekerja tidak boleh bertentangan dengan syariat Islam, karena pada dasarnya apa yang kita lakukan pasti dimintai pertanggungjawaban oleh Allah. Pebisnis muslim memang harus memiliki etos kerja yang tinggi untuk menghidupi diri sendiri dan orang-orang yang menjadi tanggung jawabnya.⁴⁴

c) Inovasi produk

Mengingat persaingan di dunia bisnis semakin ketat, suatu organisasi bisnis dituntut untuk selalu berinovasi. Inovasi adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki manfaat bagi orang lain dengan menggunakan keahlian dan kemampuan akalunya.⁴⁵

Dalam dunia bisnis hal mendasar yang perlu dilakukan adanya inovasi adalah terkait produk (barang yang diperdagangkan). Agar

⁴³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 555.

⁴⁴ Abdullah, *Wirausaha ...*, h. 29.

⁴⁵ Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sekses*, Jakarta: Gema Insani, 2004, h. 8.

dapat memenangkan persaingan, produk harus memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain yang sejenis. Kriteria produk yang unggul adalah produk yang memenuhi standar etika bisnis Islam, yaitu produk yang diperjualbelikan harus halal, memiliki manfaat, dibutuhkan oleh konsumen serta memiliki resiko yang rendah.

4. *Amanah*

Amanah berarti dapat dipercaya. *Amanah* juga bisa bermakna memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. Sifat *amanah* sangat diperlukan dalam dunia bisnis sebagaimana firman Allah dalam QS. an-Nisa' (4): 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pelajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah maha mendengar lagi maha melihat".⁴⁶

Berdasarkan ayat diatas Allah telah menyuruh umat manusia untuk menyampaikan amanat kepada orang yang berhak menerimanya. Sebagaimana Rasulullah yang selalu berlaku amanah dalam berdagang sehingga mendapat gelar *al-amin* yang berarti dapat dipercaya. Sifat *amanah* dalam dunia bisnis dapat diwujudkan dalam beberapa hal, diantaranya:

⁴⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 88.

a) Akuntabilitas

Suatu organisasi bisnis sangat memerlukan laporan keuangan untuk mengetahui tingkat keuntungan atau kerugian serta posisi asset, hutang dan modal yang dimilikinya. Laporan keuangan merupakan hasil dari proses akuntansi. Akuntansi adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan, dan penganalisisan data keuangan pada suatu organisasi bisnis.⁴⁷

Dalam membuat laporan keuangan pelaku bisnis harus ingat bahwa pertanggungjawaban yang sebenarnya adalah tanggung jawab kepada Allah atas apa yang telah dilakukannya. Karena pada dasarnya keuntungan yang diperoleh bukan semata-mata milik sendiri, akan tetapi ada hak orang lain misalnya fakir miskin, anak yatim dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam suatu organisasi bisnis. Akuntabilitas sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada beberapa pihak yaitu:

- 1) Manajer, manajer menggunakan laporan keuangan untuk menyusun rencana perusahaan,
- 2) Investor, laporan keuangan sebagai alat analisis untuk penanaman modal.
- 3) Kreditur, sebagai pertimangan ketika suatu perusahaan akan melakukan pinjaman,

⁴⁷ Haryono Jusup, *Dasar-Dasar Akuntansi*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2005, h. 5.

- 4) Instansi pemerintah, memerlukan laporan keuangan untuk menetapkan tarif pajak yang harus dibayarkan perusahaan,⁴⁸
- 5) Zakat, tidak hanya urusan duniawi yang harus diperhatikan, tabungan akhirat lebih penting untuk dilaksanakan. Laporan keuangan dijadikan dasar untuk mengetahui seberapa besar zakat yang harus dikeluarkan.

b) Bertanggung jawab terhadap visi misi yang telah dibuat

Setiap organisasi bisnis pasti mempunyai impian dan cita-cita yang ingin dicapai tanpa memandang apakah itu organisasi yang sudah besar atau hanya pebisnis biasa yang baru merintis usahanya. Impian tersebut tidak mungkin dapat tercapai apabila suatu organisasi bisnis tidak memiliki visi dan misi yang jelas.

Visi adalah suatu pernyataan ringkas mengenai cita-cita yang ingin dicapai organisasi di masa depan. Untuk mewujudkan visi tersebut maka perusahaan melakukan pengembangan misi yang akan dijalankan dalam setiap aktivitas perusahaan. Misi adalah penetapan tujuan dan sasaran perusahaan yang mencakup kegiatan jangka panjang maupun jangka pendek yang akan dilakukan dalam upaya mencapai visi yang telah ditetapkan.⁴⁹

Dalam menetapkan misi harus selaras dengan upaya pencapaian visi. Misi juga harus dapat menggambarkan rencana-rencana serta strategi yang digunakan untuk mencapai visi. Perumusan

⁴⁸ *Ibid.*, h. 6-7.

⁴⁹ Moeheriono, *Perencanaan, Aplikasi dan pengembangan Indikator Kinerja Utama (IKU) Bisnis dan Publik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 2.

visi dan misi tidak boleh bertentangan dengan etika bisnis Islam, maksudnya dalam perumusan strategi-strategi tidak disertai dengan unsur-unsur kecurangan dan manipulasi dengan tujuan agar visi perusahaan cepat terealisasi.

5. Kebenaran: kebijakan dan kejujuran

kebenaran dalam hal ini mengandung dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Sikap benar berarti selalu melandaskan ucapan serta tindakan berdasarkan ajaran Islam. sikap bijak berarti tindakan yang dapat memberi keuntungan atau manfaat bagi orang lain. Sementara sikap jujur merupakan kesingkronan antara apa yang ada dihati dengan perbuatan. Allah memerintahkan kepada umatnya untuk berlaku jujur dan menciptakan lingkungan yang jujur. Sebagaimana firman Allah dalam QS. at-Taubah (9): 119 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّٰدِقِينَ ﴿١١٩﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar"⁵⁰

Rasulullah selalu berlaku jujur kepada siapapun, beliau meninggalkan segala unsur manipulasi, curang dan kebohongan. Bagi seorang pebisnis prinsip tersebut harus tertanam dalam jiwanya sehingga dalam berperilaku dan berhubungan dengan pemasok, pelanggan maupun *stakeholder* selalu mengedepankan kebenaran informasi yang diketahuinya. Dalam konteks bisnis prinsip tersebut dapat diwujudkan dalam beberapa hal, yaitu:

⁵⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, h. 208.

a) Memberikan pelayanan yang optimal

Pelayanan yang baik sangat dibutuhkan bagi perkembangan suatu perusahaan. Pelayanan yang diberikan oleh pelaku bisnis dapat berupa keramahan, senyum kepada pelanggan dan berbicara dengan kata-kata yang sopan. Islam melarang para pelaku bisnis untuk merekrut karyawan perempuan yang berpakaian seksi bahkan sampai menampakkan auratnya agar menarik minat pembeli.⁵¹

Organisasi bisnis yang baik tidak hanya sekedar memberikan pelayanan ketika konsumen melakukan pembelian, akan tetapi layanan setelah konsumen melakukan pembelian juga harus dilaksanakan. Layanan tersebut dapat berupa pemberian garansi atas barang yang telah dijualnya, menerima retur barang yang rusak dan sejenisnya.⁵²

b) Jujur terhadap kualitas produk

Islam mengajarkan agar seorang pebisnis selalu menghidupkan mata hati untuk berlaku jujur. Sekarang ini banyak pedagang yang enggan berterus terang untuk mengakui kelemahan produknya. Samapai-sampai mereka menggunakan sumpah palsu untuk meyakinkan pembeli bahwa produk yang dijualnya memiliki kualitas yang bagus. Penjual yang jujur tidak pernah merasa khawatir barangnya tidak laku karena cacat barangnya diketahui oleh konsumen. Justru hal tersebut menimbulkan kepercayaan pembeli kepada pedagang.

⁵¹ Arifin, *Etika ...*, h. 107.

⁵² *Ibid.*, h. 108.

c) Berkomunikasi dengan ramah

Dalam menjalankan bisnis, seseorang harus mampu berkomunikasi dengan baik dan sopan agar tidak menyakiti hati mitra bisnis maupun pembeli. Komunikasi bisnis adalah proses penyampaian dan pertukaran informasi bisnis baik antar individu maupun kelompok dengan menggunakan bahasa yang lazim digunakan.⁵³

Komunikasi dalam bisnis dapat berbentuk komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal merupakan penyampaian pesan-pesan bisnis kepada pihak lain baik secara tertulis maupun lisan, misalnya membuat dan mengirim surat pengantar barang ke pelanggan, berdiskusi dalam suatu kerja tim, melakukan negosiasi dengan pelaku bisnis lain, melakukan *chatting* dengan pelanggan maupun mitra bisnis dan sejenisnya. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi dengan menggunakan bahasa tubuh atau gerakan-gerakan tubuh. Contoh dari komunikasi nonverbal diantaranya menggelengkan kepala untuk menunjukkan sikap menolak dan sebaliknya, tersenyum dan berjabat tangan dengan orang lain untuk menunjukkan rasa senang, simpati dan penghormatan.⁵⁴

⁵³ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis, Edisi ke-4*, Jakarta: Erlangga, 2011, h. 5.

⁵⁴ *Ibid.*, h. 6-9.

BAB III

BISNIS MAHASISWA PRODI EKONOMI ISLAM

A. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan pecahan dari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pengajuan pembentukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dikarenakan jumlah mahasiswa yang semakin banyak yaitu lebih dari 1000 mahasiswa. Dari pihak Kementerian Agama secara nasional mengatakan bahwa perlu ada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk mewadahi prodi Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah. Disamping itu, dari segi keilmuan akan lebih tepat jika didirikan fakultas sendiri untuk prodi Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah karena ilmu Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah berbeda dengan hukum Islam yang ada di Fakultas Syariah.¹

Berdasarkan Peraturan Menteri Agama (PMA) Republik Indonesia nomor 17 tahun 2013 tentang organisasi dan tata kerja Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang pada pasal 10 yang ditetapkan pada tanggal 15 Maret 2013 disebutkan bahwa fakultas pada institut terdiri dari Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Syariah dan Ekonomi Islam, Dakwah dan Komunikasi dan Ushuluddin.

¹ Wawancara dengan bapak Dr. Ali Murtadlo, M.Ag selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang pada tanggal 26 November 2014 pukul 11.45 di kantor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pada tanggal 19 November 2013 dikeluarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 82 tahun 2013 tentang perubahan atas Peraturan Menteri Agama nomor 17 tahun 2013 tentang organisasi dan tata kerja Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang pada pasal 10 disebutkan bahwa fakultas pada institut terdiri dari Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Syariah, Dakwah dan Komunikasi, Ushuluddin dan Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pada tanggal 14 Desember 2013 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo diresmikan oleh Menteri Agama RI Suryadharma Ali di UIN Alauddin Makassar. Setelah itu pada tanggal 3 Januari 2014 ditindaklanjuti dengan Surat Keputusan Rektor IAIN Walisongo Semarang nomor 01 tahun 2014 tentang tindak lanjut perubahan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam menjadi Fakultas Syariah serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang. Pada tanggal 17 Januari 2014 diadakan pelantikan Dekan untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdiri dari dua jurusan yaitu jurusan ekonomi Islam dan perbankan syariah. Ketenagaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdiri dari tenaga dosen dan tenaga kependidikan yang berasal dari dosen pada Jurusan Ekonomi Islam dan Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang. Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dialihkan

menjadi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang.

Pada tanggal 15 April 2014 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengajukan proposal program studi akuntansi, perbankan syariah S1 dan manajemen syariah kepada Rektor IAIN Walisongo Semarang untuk diajukan ke Menteri Agama.²

2. Visi Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Berdasarkan keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang nomor 01 tahun 2014 bahwa visi, misi dan tujuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah sebagai berikut³:

Visi: “Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi Islam dan kewirausahaan berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038”.

Misi:

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ilmu ekonomi dan Bisnis Islam yang responsive terhadap kebutuhan masyarakat.
- b. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.

² Wawancara dengan bapak Nasruddin, S.Ag., M.M. selaku SUB BAG AUK Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang pada tanggal 21 November 2014 pukul 13.30 di kantor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

³ *Ibid.*, pukul 10.00

- c. Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- d. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam
- e. Mengembangkan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
- f. Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan professional berstandar internasional.

Tujuan:

- a. Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan professional bidang ekonomi dan bisnis Islam dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
 - b. Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam yang kontributif bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara
3. Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Tabel 3.1

Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang⁴

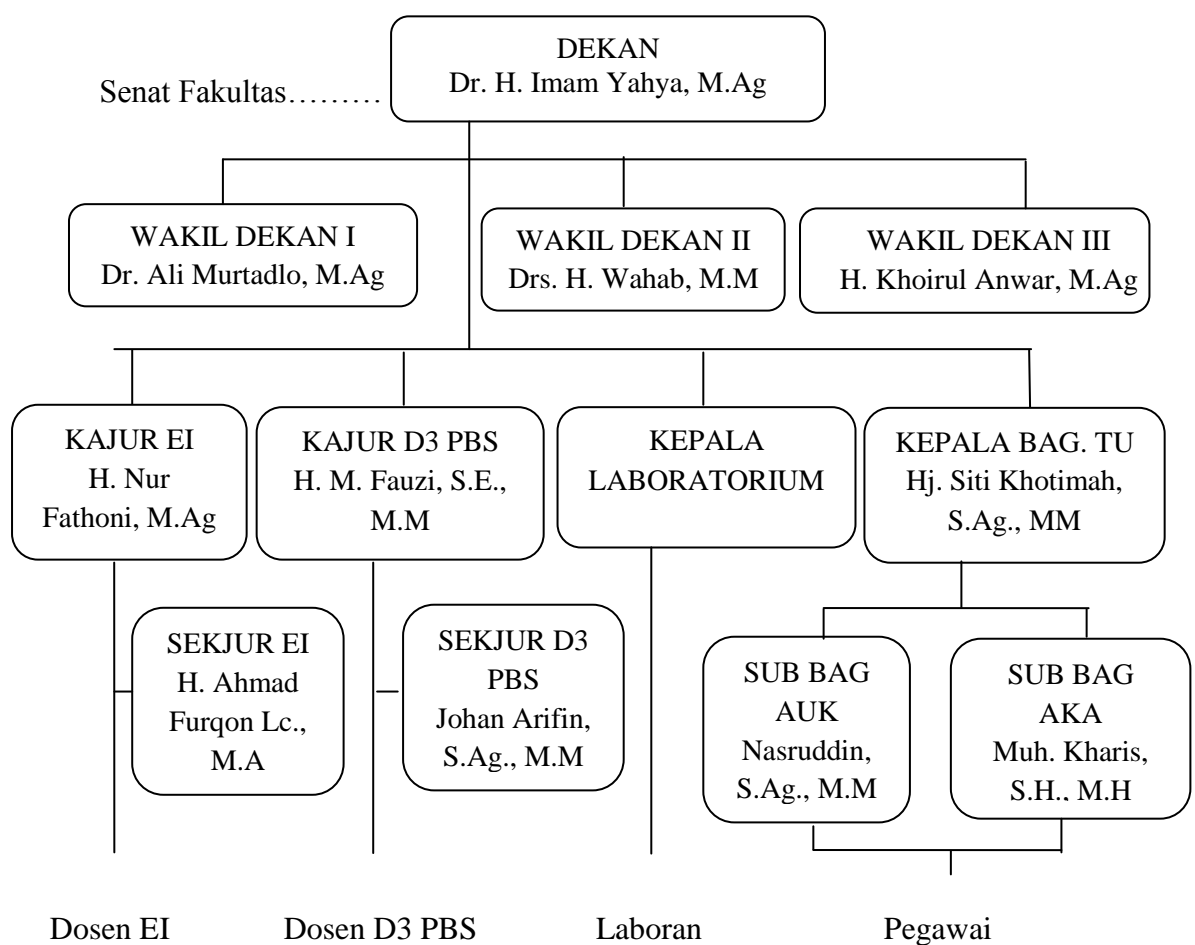
⁴ Dokumentasi di Kantor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tahun 2013 pada tanggal 20 November 2014.

JURUSAN	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
EKONOMI ISLAM	23	78	159	146	195	195	231
PERBANKAN SYARIAH	-	1	5	101	115	154	224

Sumber: Dokumentasi di Kantor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2013

4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2014⁵



B. Jenis Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011 untuk Berbisnis

Ekonomi Islam merupakan salah satu jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berfokus pada pengembangan jiwa wirausaha

⁵ *Ibid.*,

dikalangan mahasiswa. Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 banyak yang memiliki usaha sebagai sampingan perkuliahan. Terdapat 36 mahasiswa yang memiliki usaha sendiri maupun bekerjasama dengan orang lain.

Beraneka ragam jenis usaha yang dijalankan oleh mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 yaitu mulai dari jual pulsa, bisnis online, makanan, minuman, hijab, pakaian, toko kelontong, jasa service laptop dan masih banyak lagi. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 10 responden yang mewakili dari 36 mahasiswa yang memiliki bisnis, diantaranya:

Tabel 3.2

Data Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011

UIN Walisongo Semarang

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	USIA	JENIS MENU	LAMA USAHA	TEMPAT USAHA
1	Responden A	Perempuan	23 th	Bros, bisnis online, dan Capucino Cincau	6 th	Rumah, sekolah-sekolah
2	Responden B	Laki-laki	22 th	Soto ayam, mie ongglok, nasi tempur, mie kuah/goreng telur, gorengan dan aneka minuman	1,5 th	Kampus 3 IAIN Walisongo Semarang
3	Responden C	Laki-laki	22 th	Sosis bakar	2 bulan	Ngaliyan

				(Hot sosis, hot sosis cheese spread dan sozzy paket)		
4	Responden D	Laki-laki	22 th	Jasa service laptop	1,5 th	Kos
5	Responden E	Laki-laki	24 th	Menerima pesanan aneka olahan bandeng	2th bulan	Bebas
6	Responden F	Perempuan	21 th	Pulsa all operator dan menerima pesanan kue ulang tahun, snack, nasi kotak, nasi tumpeng.	6 th	Rumah
7	Responden G	Perempuan	21 th	Pulsa all operator	2 th	Bebas
8	Responden H	Laki-laki	22 th	Kelontong (sabun mandi, kopi, gula, susu, minyak goreng dan sejenisnya) dan pulsa all operator	6 th	Rumah
9	Responden I	Laki-laki	21 th	Jual beli burung, jam tangan,	6 bulan	Kos

				sepray		
10	Responden J	Laki-laki	21 th	Jual beli HP dan pulsa	1 th	Bebas

C. Perilaku Bisnis Dikalangan Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011

Perilaku bisnis adalah sikap dan tindakan yang dilakukan mahasiswa dalam menjalankan bisnisnya. Dalam penelitian ini peneliti mengambil responden dari mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam angkatan 2011 sebanyak 10 responden. Berikut adalah penjelasan terperinci dari masing-masing responden dalam menjalankan bisnisnya:

Pertama, Responden A⁶ adalah pemilik bisnis online “oll shop Rantau Nyun-Nyun” dan capucino cincau. Responden A menjalankan bisnis online melalui berbagai media sosial seperti facebook, twitter, BBM dan sejenisnya. Karena bisnisnya melalui dunia maya, jadi penjualannya dilakukan dengan cara menampilkan foto dari produk tersebut dengan diberi spesifikasi yang jelas serta terperinci mengenai produk tersebut. Responden A memperoleh pasokan produk dari suplyer yang menggunakan media online juga, sehingga banyak sekali kejadian produk yang ditampilkan tidak sesuai dengan sebenarnya entah dari bahan maupun ukuran produk tersebut.

Responden A memang tidak bisa menjamin keselarasan antara foto dengan yang asli. Jika barang yang dipesan pembeli tiba dan ternyata tidak sesuai dengan yang ada di gambar hal tersebut merupakan resiko dari pembeli.

⁶ Wawancara dengan responden A pebisnis online, bros dan capucino cincau yang memiliki usaha sendiri di Pati pada tanggal 13 November 2014.

Meskipun demikian, responden A selalu menjalin hubungan baik dengan para pelanggannya dengan cara membangun rasa saling percaya dalam bentuk ketepatan waktu dalam pengiriman barang. Selain itu, responden A menerima retur barang yang rusak ketika dalam perjalanan dan menggantinya dengan yang baru sekalipun hal tersebut membuatnya rugi.

Dalam menjalankan bisnis komunikasi antara penjual dan pembeli merupakan hal yang mutlak ada. Bersikap ramah dan apa adanya merupakan dua hal yang sudah mendarah daging dalam diri responden A. Bertransaksi melalui media tulisan memang lebih sulit jika dibandingkan dengan transaksi melalui media lisan. Oleh karena itu responden A menggunakan kata-kata tambahan seperti “sista” ketika menjawab komentar dari pembelinya. Dengan demikian diharapkan pembeli tidak salah tafsir atas apa yang dimaksud responden A.

Bisnis online merupakan sampingan yang tepat untuk mahasiswa. Selain karena praktis, bisnis online mendatangkan keuntungan finansial yang lumayan besar jika dibandingkan dengan tenaga yang dikeluarkannya. Setiap satu bulan responden A dapat mengantongi pendapatan bersih rata-rata sebesar 300.000 per bulan dari usaha onlinenya. Selain itu bisnis capucino cincau yang dititipkan pada orangtuanya menghasilkan keuntungan bersih kurang lebih 700.000 perbulan. Dalam menetapkan keuntungan responden A tidak memiliki cara khusus. Untuk bisnis onlinnya keuntungan yang diperoleh perproduknya berkisar antara 15.000-20.000 dari harga pokok yang ditetapkan oleh suplyer. Sementara untuk bisnis capucino cincau memperoleh

keuntungan 500 rupiah tiap produknya dengan bahan baku perproduk sebesar 500 rupiah. Dengan pendapatan bersih yang diterimanya responden A belum membayar zakat atas bisnisnya karena belum mencapai nisab. Akan tetapi responden A memberi shodaqah kepada orang yang meminta-minta.

Setiap pelaku bisnis pasti mempunyai visi yang ingin dicapai suatu saat nanti. Seperti halnya responden A yang memiliki visi ingin mempunyai kedai makanan dan toko offline sendiri. Untuk mewujudkan visi tersebut dibutuhkan kerja keras serta selalu berinovasi untuk mengatasi keusangan produk serta resiko yang mengancam bisnis. Berdoa serta mendekatkan diri kepada Allah jauh lebih penting diantara segalanya. Akan tetapi responden A mengaku bahwa ketika sedang sibuk melayani pembeli dan tiba waktu sholat responden A menyelesaikan urusan pekerjaannya terlebih dahulu setelah itu baru melaksanakan sholat.

Kedua, Responden B⁷ adalah pemilik kedai makanan yang diberi nama “kedai ongklok skuter”. Dalam menjalankan bisnis kulinernya responden B dibantu oleh dua orang temannya yang statusnya sebagai seorang karyawan. Responden B selalu menganggap bahwa karyawan adalah mitra bisnisnya, sehingga tidak ada strata diantara pemilik dengan karyawan, tidak ada yang diperintah dan memerintah, semuanya saling membantu untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Dalam berkomunikasi baik dengan mitra bisnis maupun pembelinya responden B menggunakan bahasa yang sopan. Terlebih ketika melayani pembeli responden B selalu mengedepankan

⁷ Wawancara dengan responden B pebisnis kuliner yang memiliki usaha sendiri di Kampus 3 IAIN Walisongo Semarang pada tanggal 13 November 2014.

keramahan, murah senyum dan menjaga kedekatan emosional antara penjual dan pembeli.

Menjalin hubungan baik dengan pembeli merupakan hal yang harus ada, karena pembeli memiliki pengaruh yang besar dalam perkembangan suatu bisnis. Dalam hal ini responden B selalu memberitahu mengenai kelebihan dan kekurangan produknya. Apabila dalam penyajian terdapat salah satu bahan yang kurang maka responden B memberikan potongan harga. Selain itu, untuk pembeli yang saat itu sedang berulang tahun akan mendapatkan makanan gratis dengan syarat menunjukkan KTP dan untuk pelanggan tetap akan diberi bonus berupa gantungan.

Mempunyai cabang usaha dengan merek skuter “semoga laku terus” merupakan cita-cita responden B. Untuk mewujudkan cita-cita tersebut tentu membutuhkan kerja keras, inovasi produk dan berdoa kepada Allah. Menurut responden B bekerja adalah memaksimalkan waktu. Inovasi yang dilakukan untuk mengatasi keusangan produk yaitu dengan cara memodifikasi produk lama atau dengan membuat produk baru. Kerja keras dan inovasi tidak lengkap jika tidak diimbangi dengan berdoa kepada Allah. Responden B selalu menjalankan sholat 5 waktu. Apabila telah tiba waktu sholat responden B dan mitra bisnisnya mengerjakan sholat secara bergantian.

Semua jenis bisnis pasti memiliki resiko yang harus dihadapi, termasuk bisnis kedai ongklok skuter. Responden B mengatakan bahwa usaha yang dijalankannya pernah mengalami kebangkrutan. Untuk bisa bangkit

seperti sekarang ini responden B selalu berdoa, melaksanakan sholat Dhuha, bershodaqah, mencari link sebanyak mungkin dan memperbaiki pelayanan.

Bisnis kedai ongklok sekuter milik responden B setiap bulannya bisa menghasilkan pendapatan kotor berkisar antara 2.000.000 sampai 3.000.000 rupiah tiap bulannya. Bentuk pencatatan keuangannya dilakukan dengan cara menjumlahkan seluruh pendapatan, menjumlahkan seluruh biaya kemudian diselisihkan untuk mengetahui keuntungan atau kerugian. Responden B mengatakan bahwa dalam hal menetapkan keuntungan tidak menggunakan rumus tertentu. Responden B mengambil keuntungan tiap produk makanannya berkisar antara 1.000 sampai 2.500 untuk harga 3.000 sampai dengan 5.000 rupiah. Sedangkan untuk minuman keuntungan pergelas yang diperoleh Farid Hidayat sebesar 1.000 sampai 1.500. Sebagai rasa syukur atas apa yang telah diperolehnya responden B memang belum membayar zakat usahanya karena belum mencapai nisab, akan tetapi responden B selalu bershodaqah kepada orang-orang yang berhak menerima.

Ketiga, Responden C⁸ adalah pebisnis sosis bakar asal pati yang diberi nama “sosis bakar Mr. Sozzy”. Untuk mendirikan bisnis sosis bakar tersebut responden C bermitra dengan temannya yang kuliah di Unisula. Dalam berbisnis menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis adalah hal sangat penting. Responden C selalu mengutamakan komunikasi baik dengan pembeli maupun mitra bisnisnya. misalnya ketika telat datang responden C meminta izin kepada rekan bisnisnya.

⁸ Wawancara dengan responden C pebisnis sosis bakar yang memiliki usaha dengan temannya di Ngaliyan Semarang pada tanggal 12 November 2014.

Dalam dunia bisnis kejujuran merupakan hal yang dapat menunjang kepercayaan pembeli. Oleh karena itu responden C selalu memberi tahu kelemahan dan kelebihan produknya. Mislanya ketika sosisnya keasinan responden C mengatakan kepada pembeli bahwa saat memberi olesan kecap asin sampai dua kali. Untuk meningkatkan rasa kepercayaan pembeli responden C selalu memenuhi barang pesanan sesuai dengan yang dipesan pembeli. Ketika responden C lupa akan permintaan pembeli, sosis yang telah matang ditaruh terlebih dahulu dan ketika pembeli yang memesan datang responden C menanyakan kembali kepada pembeli.

Untuk membakar sosis sampai matang membutuhkan waktu yang cukup lama. Agar pembeli tidak merasa jenuh ketika menunggu responden C mengutamakan keramahan dan mengajak berinteraksi pembeli. Ketika konsumen sebaya responden C menggunakan bahasa yang biasa digunakan sehari-hari, namun ketika pembeli tersebut lebih tua maka menggunakan bahasa yang sopan dan bahasa jawa halus. Sikap yang demikian menjadikan responden C seorang pebisnis yang *friendly* dan mudah bergaul dengan pembeli.

Setiap usaha pasti memiliki resiko termasuk bisnis sosis bakar milik responden C. Untuk meminimalkan resiko responden C memberikan yang terbaik dan berinovasi untuk mengatasi keusangan produk. Meskipun responden C belum memiliki visi misi kedepan tentang bisnisnya, namun responden C selalu bekerja keras untuk memajukan usahanya. Menurut

responden C bekerja adalah hal yang sangat disukainya karena dengan bekerja dapat memperoleh profit.

Bagi seorang pebisnis muslim bekerja saja tidak cukup untuk mengembangkan bisnis yang dijalankan. Mendekatkan diri kepada Allah juga sangat penting dilakukan. Karena waktu bejualan responden C sore sampai malam jadi ketika tiba waktu sholat maghrib kedai sosis bakarnya ditutup, namun ketika yang jaga ada dua orang maka sholatnya bergantian. Sementara untuk sholat isya' responden C mengaku bahwa lebih mengutamakan pelanggan dengan alasan waktu sholat isya' lebih panjang dari sholat maghrib.

Responden C selalu mencatat transaksi keuangannya. Dari bisnis sosis bakarnya responden C memperoleh pendapatan kotor kurang lebih sebesar 3.000.000 perbulan, sedangkan pendapatan bersih yang diperoleh kurang lebih 1.500.000 per bulan. Responden C mengatakan bahwa keuntungan perproduk yang diperolehnya setengah dari modal. Misalnya bahan baku 3.000 dijual dengan harga 6.000. Untuk membersihkan pendapatannya responden C memang belum membayar zakat karena belum mencapai nisab, namun responden C selalu bershodaqah kepada pengemis saat berjualan.

Keempat, Responden D⁹ adalah pebisnis asal pati yang menggeluti bisnis dibidang jasa yaitu service laptop. Dalam melayani pelanggan responden D mengutamakan kepuasan pelanggan dalam bentuk memberikan garansi sampai sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Setiap pebisnis pasti mengetahui bahwa berinteraksi dengan pelanggan merupakan hal yang

⁹ Wawancara dengan responden D pebisnis jasa service laptop pada tanggal 12 November 2014.

sangat penting. Dalam hal ini responden D selalu menampung dan menjawab semua keluhan dari pelanggan. Ketika responden D tidak bisa membenahi kerusakan laptop maka akan meminta teman yang lain untuk membantunya. Tentu semua itu sudah diketahui oleh pembeli.

Menurut responden D bekerja adalah usaha untuk memberikan manfaat kepada orang lain dan mengatasi masalah-masalah orang lain. responden D selalu mengedepankan sholat dari pada kerja karena sholat adalah kebutuhan baginya. Dalam satu bulan responden D memperoleh pendapatan kurang lebih 80.000 untuk 2 sampai 3 kali service. Responden D tidak menetapkan cara khusus untuk mematok keuntungan. Harga yang dipasangnya menyesuaikan dengan harga di pasaran yaitu berkisar antara 15.000 sampai 30.000 rupiah. Responden D mengatakan bahwa penentuan harga sesuai dengan tingkat kerusakan dan kerumitan. Jika hanya rusak ringan seperti install ulang responden D mematok harga 15.000 sampai 20.000, akan tetapi jika kerusakannya parah responden D mematok harga 30.000 rupiah.

Untuk menunjukkan sikap keramahan kepada pelanggan responden D selalu mengucapkan terima kasih kepada pelanggan yang sudah bersedia menggunakan jasanya. Dari pendapatan yang diperolehnya responden D baru bisa mengeluarkan shodaqah yaitu berupa memberi uang kepada orang minta-minta dan memberikan sumbangan kepada masjid ketika melaksanakan sholat jum'at.

Kelima, Responden E¹⁰ adalah pebisnis asal Ds. Kalirandu-Cepiring Kendal. Bisnis yang dijalankan responden E saat ini adalah menerima pesanan olahan bandeng seperti kripik duri, bakso bandeng, nugget, lumpia dan olahan bandeng yang lain. Dalam berbisnis responden E menggunakan prinsip jemput bola dan bersedia mengantar barang yang dipesan pembeli (*delivery*). Untuk meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap produknya, responden E mengedepankan kejujuran dalam memberikan informasi kepada pembeli. Jika produk yang dijualnya rusak dalam perjalanan, maka produk tersebut akan dikonsumsi sendiri. Disamping itu, responden E pembeli dengan cara memastikan bahwa produknya terjamin.

Dalam berkomunikasi dengan pelanggan responden E menggunakan bahasa yang santai tapi tidak mengganggu perasaan pembeli. Menurut responden E pembeli adalah saudara dan keluarga. Responden E selalu mengucapkan salam, permissi, menyebutkan identitas diri dan terima kasih ketika melayani pembeli yang melakukan pembelian melalui media tulisan. Hal tersebut dimaksudkan agar pembeli tidak salah tafsir dengan yang dimaksud responden E.

Agar bisnis yang baru dijalankannya banyak dikenal orang responden E selalu menjalin tali silaturahmi dan sering berkomunikasi dengan pembeli. Untuk konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah banyak responden E memberikan potongan harga. Responden E mengatakan bahwa suatu saat nanti ingin memiliki bisnis seperti KFC dengan produk yang

¹⁰ Wawancara dengan responden E pebisnis produk olahan bandeng pada tanggal 12 November 2014.

berbahan dasar ikan bandeng seperti steak bandeng, burger bandeng dan bandeng krispi. Untuk mewujudkan impian tersebut dibutuhkan kerja keras, inovasi produk dan berdoa kepada Allah.

Menurut responden E bekerja adalah ibadah sehingga harus dijalani dengan ikhlas dan jujur. Selain itu bekerja dapat memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan bagi orang lain. Dalam hal inovasi produk dilakukan responden E dengan cara belajar dari pengalaman orang lain, disiplin waktu dan terus mencoba. Disamping itu responden E selalu mengutamakan sholat disela-sela kesibukannya.

Meskipun bisnis yang dijalankan responden E baru 2 bulan, namun sudah memberikan keuntungan yang besar yaitu berkisar antara 300.000 sampai 500.000 rupiah. Responden E selalu mencatat transaksi keuangannya dengan cara menghitung seluruh pendapatan kemudian dikurangkan dengan modal dan biaya. Harga produk olahan bandeng yang dijual responden E berkisar antara 10.000 sampai 25.000 rupiah. Untuk satu produknya responden E mengambil keuntungan 3.000 rupiah tergantung dari harga pokok barang tersebut. Sebagai rasa syukur atas rezeki yang diperoleh responden E memang belum bisa mengeluarkan zakat, namun responden E menggantinya dalam bentuk shodaqah kepada pengemis dan beramal di masjid.

Keenam, Responden F¹¹ adalah pebisnis catering asal kaliwungu. Catering yang dimiliki responden F diberi nama “Dyas Catering”. Responden F adalah salah satu pebisnis yang murah hati. Dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen responden F selalu mengutamakan 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun). Untuk meningkatkan rasa kepercayaan konsumen responden F selalu berkata jujur akan produknya, misalnya ketika membuat kue sedikit gosong maka responden F mengatakan apa adanya. Disamping itu responden F berusaha tepat waktu ketika mengantar pesanan konsumen, misalnya perjanjian diantar jam 4 namun responden F mengantarkan pesanan tersebut jam 3. Dengan demikian diharapkan konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Dalam menjalankan bisnisnya responden F selalu bersikap sopan ketika berkomunikasi dengan konsumennya. Terkadang ada juga pelanggan yang banyak maunya ketika melakukan pemesanan. Untuk menanggapi hal tersebut responden F biasanya memberikan opsi kepada konsumen. Responden F mengatakan bahwa banyak pembeli yang memesan makanan melalui media tulisan. Untuk menunjukkan keramahannya responden F memberikan kata “he he he” atau dengan memberikan “emotion smile” ketika membalas pesan dari konsumen. Tidak hanya itu, untuk menjalin hubungan baik dengan para konsumennya responden F selalu memberi bonus, misalnya ketika konsumen memesan 100 nasi kotak maka responden F memberi bonus

¹¹ Wawancara dengan Responden F pebisnis catering nasi kotak, snack, nasi tumpeng dan kue ulang tahun yang memiliki usaha sendiri di Perumahan Kaliwungu Indah pada tanggal 11 November 2014.

2 nasi kotak. Jika produk yang dibuatnya tidak lebih maka responden F memberika potongan harga kepada konsumen.

Semua bisnis pasti memiliki resiko. Responden F mengtakan bahwa resiko yang biasa terjadi dalam bisnisnya adalah barang rusak. Untuk meminimalisir resiko tersebut responden F selalu memperbanyak produksi dan berlapang dada. Responden F adalah seorang pekerja keras. Menurutnya bekerja adalah suatu hal yang sangat penting karena dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Visi yang diinginkan responden F adalah suatu saat nanti bisnis cateringnya bisa menjadi catering yang besar. Untuk itu responden F selalu mengutamakan sholat sekalipun pekerjaan yang ditangani masih banyak. Disamping itu responden F selalu melakukan inovasi produk baik dari segi bentuk, rasa dan jenis. Misalnya untuk kue ulang tahun responden F menerima pesanan dalam bentuk logo maupun kartun.

Pendapatan yang diterima responden F dapat dikatakan lumayan banyak. Dalam keadaan ramai misalnya ketika musim nikah satu bulannya responden F memperoleh keuntungan sekitar 1.500.000 rupiah. Sedangkan ketika sepi responden F memperoleh pendapatan 30.000 rupiah dari orderan sophie martin. Responden F mengatakan bahwa belum ada pencatatan keuangan dalam bisnisnya. Dalam menetapkan keuntungan responden F mengatakan bahwa tidak ada rumus tertentu. Responden F mengambil keuntungan kisaran 10.000 sampai 15.000 rupiah untuk kue ulang tahun. Misalnya biaya untuk membuat kue 45.000 harga jual dari kue tersebut

60.000 rupiah. Sedangkan untuk pemesanan snack atau nasi kotak harga tidak dihitung perporisi, melainkan dihitung berdasarkan borongan. Misalnya pesan nasi kotak 900 porsi, semua biaya dijumlahkan kemudian biaya ditunjukkan pada pembeli dan responden F melakukan kesepakatan mengenai pengambilan keuntungan. Selama bisnisnya berjalan responden F memang belum mengeluarkan zakat atas bisnisnya, namun responden F memberi shodaqah dengan cara ketika memproduksi makanan dilebihi untuk dibagikan ke tetangga.

Ketujuh, Responden G¹² adalah pebisnis pulsa all operator mulai dari telkomsel, 3, xl, indosat dan lain-lain. Dalam menjalankan bisnisnya responden G berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya yaitu dengan berbicara yang sopan dan halus. Ketika melakukan pembelian pulsa konsumen tidak perlu datang menemui responden G namun bisa melalui sms ataupun telephon. Sebagai rasa tanggung jawab responden G selalu melakukan konfirmasi dan menerima ketika konsumennya hutang.

Responden G selalu berusaha memenuhi apa yang diminta konsumen. Apabila saldonya habis responden G mengatakan kepada konsumen dan menanyakan apakah mau menunggu atau tidak. Tidak hanya itu, jika terjadi masalah jaringan dalam pengiriman responden G selalu mencoba sampai bisa. Responden G juga menerima komplain dari konsumen yang merasa tidak

¹² Wawancara dengan responden G pebisnis pulsa all operator pada tanggal 12 November 2014.

puas dengan pelayanan yang diberikannya. Bagi konsumen yang sering melakukan pembelian dalam satu minggu akan memperoleh potongan harga.

Responden G memiliki harapan suatu saat nanti bisa memperbanyak modal untuk mengembangkan bisnisnya. Untuk itu responden G selalu mendahulukan sholat dan bekerja keras untuk mewujudkan apa yang menjadi visinya. Menurut responden G bekerja adalah mendidik untuk menjadi mandiri, tidak bergantung pada orang dan langkah awal sebelum lepas dari orang tua. Responden G mengakui bahwa bisnis pulsa memiliki resiko yang cukup banyak mulai dari kredit macet, kekurangan modal karena konsumen belum membayar dan harga pulsa naik. Untuk meminimalkan resiko tersebut responden G memberikan kelonggaran waktu pembayaran kepada konsumen dan memperbolehkan untuk melakukan pembayaran cicilan. Selain itu jika harga naik responden G mengatakan bahwa harus pintar-pintar mencari suplyer yang harga saldonya lebih murah dari yang lain.

Responden G selalu mencatat transaksi keuangannya yaitu dengan cara menulis tanggal transaksi, nomor handphone pembeli, nominal pembelian, nama pembeli dan keterangan (sudah membayar atau belum). Keuntungan yang diperoleh responden G setiap bulannya berkisar antara 50.000 sampai 100.000 rupiah. Dalam menentukan harga responden G menyamakan dengan haraga yang ada disekitar. Sementara itu, keuntungan yang diperoleh tiap transaksi berkisar antara 1.000 sampai 1.200 dengan harga pokok diatas 5.000 rupiah. Atas pendapatan yang telah diperolehnya responden G memang belum mengeluarkan zakat, namun responden G

memberikan shodaqah kepada pengemis dan memberikan sumbangan pada masjid.

Kedelapan, Responden H¹³ adalah pebisnis kelontong dan pulsa. Dalam menjalankan bisnisnya responden H selalu berlaku jujur kepada pembeli. Responden H mengatakan secara langsung kepada pembeli mengenai kelemahan dan kelebihan produknya. Jika produk yang dibeli konsumen jelek maka responden H memberikan potongan harga. Responden H selalu melayani pembelinya dengan baik, mengutamakan 5S dan mengambil barang yang akan dibeli konsumen. Selain itu responden H berusaha menjalin hubungan baik dengan konsumennya yaitu dengan memberikan THR setiap bulan Ramadhan dan memberikan bonus kepada konsumen yang melakukan pembelian diatas 25.000 berupa produk yang berharga 500 rupiah, misalnya shampo.

responden H selalu bersikap ramah dan mengajak konsumen berinteraksi dengan tujuan agar konsumen senang berbelanja ditoko kelontongnya. Selain itu responden H selalu memenuhi barang sesuai dengan pesanan pembeli. Responden H mengatakan bahwa pembeli biasanya memesan produk kosmetik. Barang yang diperjualbelikan di toko kelontong pasti ada yang menggunakan takaran, misalnya beras, minyak goreng, gula dan sejenisnya. Dalam hal tersebut responden H menyerahkan soal timbangan kepada suplyer. Jadi ketika melakukan pembelian beras sudah dalam kemasan 1 kg, minyak goreng dan gula ukuran ¼ kg.

¹³ Wawancara dengan Responden H pebisnis kelontong dan pulsa yang memiliki usaha sendiri di Sidogemah pada tanggal 11 November 2014.

Dalam bisnisnya responden H memiliki visi yang sangat mulia yaitu ingin memperbesar tokonya sehingga bisa merekrut karyawan dan pada akhirnya akan mengurangi pengangguran. Untuk merealisasikan visi tersebut tentu harus diimbangi dengan kerja keras. Menurut responden H bekerja adalah ibadah dan tuntutan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Meskipun demikian ketika memasuki waktu sholat responden H lebih memilih menyelesaikan transaksinya terlebih dahulu setelah itu baru melaksanakan sholat.

Responden H menyadari bahwa setiap usaha pasti mengandung resiko. Untuk meminimalisir resiko responden H melakukan retur kepada suplyer. Produk yang biasanya diretur adalah rokok dan kosmetik. Jika produk yang tidak bisa diretur dan tidak terjual maka responden H memberi diskon atas barang tersebut misalnya harga 20.000 menjadi 18.000 rupiah.

Dalam satu bulan responden H bisa memperoleh pendapatan kotor kurang lebih sebesar 900.000 rupiah. Sedangkan pendapatan bersih yang diperoleh responden H kurang lebih sebesar 600.000 rupiah. Untuk mengetahui pendapatan yang diperoleh responden H memang tidak melakukan pencatatan secara khusus. Setiap harinya responden H menyisihkan 30.000 rupiah dari pendapatan tokonya untuk ditabung selama satu bulan. cara seperti itulah yang digunakan responden H untuk mengetahui tingkat keuntungan yang diperolehnya. Dari keuntungan yang diperolehnya responden H memang belum mengeluarkan zakat karena belum mencapai

nisab, namun responden H sudah memiliki niat dari hati untuk memberikan shodaqah kepada pengemis dan orang yang membutuhkan.

Dalam menetapkan keuntungan responden H mengatakan bahwa untuk produk sejenis shampoo dan sabun cuci yang di iklan dan di kemasan sudah tertera harga, maka harga jual yang dipatok responden H sesuai dengan apa yang tertera di produk. Sedangkan keuntungan yang diperolehnya berasal dari harga yang dipatok oleh suplyer. Jika di produk tersebut tidak tertera harga maka responden H mengambil keuntungan paling besar 2.000 rupiah denagn tujuan agar lebih cepat terjual. Misalnya untuk produk pixy yang harga pokoknya 18.000 dijual dengan harga 20.000 rupiah.

Kesembilan, Responden I ¹⁴ adalah pebisnis asal Blora yang menggeluti bisnis burung, jam tangan dan spray. Dalam melakukan penjualan responden I memanfaatkan media online. Untuk jam tangan responden I sebagai dropshipper, sehingga sistem perolehan barangnya seperti jual beli online. Namun untuk burung responden I memiliki barang sendiri yang diambil dari pengepul. Biasanya responden I menawarkan burungnya lewat facebook dan berniaga.com.

Ketika berkomunikasi dengan pembeli responden I menggunakan bahasa yang sopan, bahasa jawa halus dan terkadang memakai bahasa Indonesia. Awalnya dalam memberikan pelayanan kepada pembeli responden I mengedepankan keramahan. Namun ketika ada pembeli yang hanya tanya-tanya saja dan tidak membeli maka responden I bersikap tidak ramah dengan

¹⁴ Wawancara dengan Responden I pebisnis burung, jam tangan dan spray yang memiliki usaha sendiri di Kos Ngaliyan pada tanggal 14 November 2014.

tidak membalas pertanyaan dari pembeli. Jika pembeli tersebut memang benar-benar membeli maka responden I bersikap ramah.

Dalam berbisnis kejujuran merupakan hal yang sangat penting. Responden I selalu memberitahu spesifikasi burung yang dijualnya secara detail baik itu mengenai kelebihan maupun kekurangan burung tersebut. Akan tetapi untuk menarik minat pembeli ketika mengiklankan burung tersebut terkadang responden I menggunakan kata muda hutan yang artinya burung tersebut berasal dari hutan, padahal burung tersebut diambilnya dari peternak burung. Meskipun demikian responden I tetap ingin menjalin hubungan baik dengan para pembeli dalam hal kualitas burung yang dipesan oleh pembeli.

Seperti halnya pebisnis lain, responden I juga memiliki visi akan bisnisnya yaitu ingin menjadi peternak. responden I selalu bekerja keras untuk mewujudkan visi tersebut. Menurut responden I bekerja adalah untuk memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani. Responden I mengakui bahwa ketika telah masuk waktu sholat dan ada pembeli yang tertarik dengan burung tersebut maka responden I lebih mengutamakan pembeli dengan alasan pembeli selalu ingin diutamakan.

Bisnis jual beli burung yang dijalankan responden I juga memiliki resiko diantaranya burung mati, stress, tidak laku jual dan rugi makanan burung. Untuk meminimalisir resiko tersebut responden I terkadang melakukan jual rugi. Selain itu ketika responden I memperoleh buruh maka langsung diiklankan melalui berbagai media seperti facebook dan

beriaga.com. Perawatan yang intensif juga dilakukan agar burung tetap sehat dan tidak stress.

Dari usaha bisnis burungnya responden I memperoleh pendapatan bersih kurang lebih sebesar 250.000 rupiah. Responden I tidak melakukan pencatatan mengenai transaksi keuangannya karena setiap kali memperoleh uang langsung digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Begitu juga dalam hal penetapan keuntungan responden I tidak ada perhitungan tertentu. Misalnya untuk burung yang harganya 225.000 dijual dengan harga 350.000 rupiah. Atas pendapatan yang diperolehnya responden I selalu bershodaqah dengan memberikan sumbangan kepada masjid.

Kesepuluh, Responden J¹⁵ adalah pebisnis asal Cirebon yang menggeluti bisnis jual beli HP second untuk semua merk dan pulsa all operator. Untuk memperoleh HP second responden J mencari melalui facebook, berniaga.com dan olx.com. sedangkan untuk menjual HP yang telah diperolehnya menggunakan facebook. Responden J mengatakan bahwa dalam hal bisnis kejujuran adalah sesuatu yang wajib dijunjung tinggi. Dengan demikian responden J selalu memberi tahu mengenai kelemahan dan kelebihan HP yang dijualnya.

Dalam memberikan pelayanan kepada pembeli responden J siap mengantar HP tersebut kepada pembeli jika jaraknya terjangkau serta menjamin kualitas HP yang dijualnya. Responden J bercita-cita suatu saat nanti ingin menjadi bisnismen muda. Oleh sebab itu dalam berbisnis

¹⁵ Wawancara dengan Responden J pebisnis HP dan pulsa pada tanggal 17 November 2014.

responden J selalu menjaga hubungan baik dengan para pembelinya yaitu dengan cara mencatat nomor HP dan mengajak SMS dengan bahasa yang sopan selama transaksi berlangsung sehingga timbul rasa nyaman diantara penjual dan pembeli. Selain itu responden J menerima komplain jika pembeli merasa tidak puas dengan produk maupun pelayanan yang responden J berikan.

Untuk memastikan apakah konsumen jadi membeli atau tidak, responden J selalu mengulang perkataannya untuk meyakinkan pembeli. Dengan sikap yang demikian diharapkan pembeli tidak menyesal setelah membeli HP tersebut. Dalam menjalankan bisnisnya responden J selalu bekerja keras. Menurutnya bekerja adalah mencari keuntungan serta tidak lupa untuk mensyukuri dengan shodaqah. Disamping bekerja responden J selalu mengutamakan sholat sekalipun sedang bertransaksi kepada konsumennya karena menurut responden J rizki datangnya dari Allah.

Semua aktivitas bisnis pasti memiliki resiko yang harus dihadapi. Seperti halnya bisnis jual beli HP second yang dijalankan oleh responden J. Responden J mengatakan bahwa resiko yang sering dihadapinya adalah dibohongi oleh penjual HP. Biasanya penjual berbohong mengenai kualitas dari HP yang akan dibeli responden J, misalnya baterai HP sudah tidak bagus namun penjual tersebut mengatakan bahwa baterainya masih bagus. Untuk mengantisipasi hal tersebut responden J selalu memfoto orang yang menjual HP tersebut dan ketika spesifikasi yang diberikan pembeli tidak sesuai dengan kenyataannya maka foto tersebut akan di upload untuk disabotase.

Selain resiko tersebut masih ada resiko yang lain yaitu ketika produk yang dijual sudah tidak diminati masyarakat. Ketika terjadi hal tersebut responden J akan menjual HP yang telah membelinya dengan harga yang murah.

Dari bisnis yang digelutinya tersebut responden J memperoleh pendapatan bersih kurang lebih sekitar 200.000 sampai 300.000 rupiah untuk penjualan 3 sampai 4 HP second. Responden J mengatakan bahwa belum ada pencatatan secara khusus mengenai transaksi keuangannya. Hanya saja responden J memisahkan antara uang pribadi dengan uang bisnis. Dengan demikian akan diketahui berapa tingkat keuntungan yang diperolehnya. Sedangkan dalam menetapkan keuntungan responden J mengambil keuntungan minimal 50.000 sampai dengan 80.000 rupiah untuk HP dengan merk selain cina misalnya nokia, samsung dan sejenisnya. Sementara untuk HP dengan merk cina responden J mengambil keuntungan antara 10.000 sampai 20.000 rupiah. Atas pendapatan yang diperolehnya responden J baru bisa memberi shodaqah dengan cara memberi uang kepada teman-teman pondoknya untuk dibelikan makanan diikuti dengan pengajian kecil-kecilan bersama teman pondoknya.

BAB IV

ANALISIS ETIKA BISNIS MAHASISWA PRODI

EKONOMI ISLAM

A. Analisis Etika Bisnis Mahasiswa Dalam Berbisnis

Dalam menjalankan bisnis responden memiliki etika yang berbeda-beda. Etika bisnis yang dilakukan oleh responden dapat dikategorikan pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Etika Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011

Responden	Etika Bisnis Responden				
	Kesatuan	Keadilan	Kehendak bebas	<i>Amanah</i>	Kebenaran
Responden A	Mengutamakan sholat	Menyempurnakan takaran dan seimbang dalam menetapkan harga	Terkadang tidak menepati janji, Selalu bekerja keras untuk memajukan bisnis, serta inovasi produk dan ekspansi	Melakukan pencatatan keuangan dan memiliki visi misi	Pelayanan optimal, jujur terhadap kualitas produk, komunikasi dengan ramah
Responden B	Mengutamakan sholat	Menyempurnakan takaran dan seimbang dalam menetapkan harga	menepati janji, Selalu bekerja keras untuk memajukan bisnis, serta inovasi produk	Melakukan pencatatan keuangan dan memiliki visi misi	Pelayanan optimal, jujur terhadap kualitas produk, komunikasi dengan sopan
Responden C	Mengutamakan sholat	Menyempurnakan takaran	menepati janji, Selalu bekerja	Melakukan pencatatan	Pelayanan optimal, jujur

		dan seimbang dalam menetapkan harga	keras untuk memajukan bisnis,serta inovasi produk	keuangan dan memiliki visi misi	terhadap kualitas produk, komunikasi dengan sopan
Respon den D	Menguta makan sholat	Menyempurnakan takaran dan seimbang dalam menetapkan harga	menepati janji, Selalu bekerja keras untuk memajukan bisnis,serta inovasi produk	Melakukan pencatatan keuangan dan memiliki visi misi	Pelayanan optimal, jujur terhadap kualitas produk, komunikasi dengan ramah
Respon den E	Menguta makan sholat	Menyempurnakan takaran dan seimbang dalam menetapkan harga	menepati janji, Selalu bekerja keras untuk memajukan bisnis,serta inovasi produk	Melakukan pencatatan keuangan dan memiliki visi misi	Pelayanan optimal, jujur terhadap kualitas produk, komunikasi dengan ramah
Respon den F	Menguta makan sholat	Menyempurnakan takaran dan seimbang dalam menetapkan harga	menepati janji, Selalu bekerja keras untuk memajukan bisnis,serta inovasi produk	Belum melakukan pencatatan keuangan dan memiliki visi misi	Pelayanan optimal, jujur terhadap kualitas produk, komunikasi dengan ramah
Respon den G	Menguta makan sholat	Menyempurnakan takaran dan seimbang dalam menetapkan harga	menepati janji, Selalu bekerja keras untuk memajukan bisnis,serta inovasi produk	Melakukan pencatatan keuangan dan memiliki visi misi	Pelayanan optimal, jujur terhadap kualitas produk, komunikasi dengan santai
Respon den H	Menguta makan sholat	Menyempurnakan takaran dan	menepati janji, Selalu bekerja keras untuk	Belum melakukan pencatatan	Pelayanan optimal, jujur terhadap

		seimbang dalam menetapkan harga	memajukan bisnis,serta inovasi produk	keuangan dan memiliki visi misi	kualitas produk, komunikasi dengan ramah
Responden I	Mengutamakan sholat	Menyempurnakan takaran dan seimbang dalam menetapkan harga	menepati janji, Selalu bekerja keras untuk memajukan bisnis,serta inovasi produk	Tidak melakukan pencatatan keuangan dan memiliki visi misi	Pelayanan kurang optimal, tidak jujur terhadap kualitas produk, komunikasi dengan ramah
Responden J	Mengutamakan sholat	Menyempurnakan takaran dan seimbang dalam menetapkan harga	menepati janji, Selalu bekerja keras untuk memajukan bisnis,serta inovasi produk	Tidak melakukan pencatatan keuangan dan memiliki visi misi	Pelayanan optimal, jujur terhadap kualitas produk, komunikasi dengan ramah

Berdasarkan tabel diatas berikut adalah analisis mengenai etika bisnis mahasiswa dalam menjalankan bisnis:

1. Kesatuan (*unity*)

Sikap kesatuan yang ditampilkan oleh responden dalam menjalankan bisnisnya yaitu dengan memadukan kecerdasan spiritual dengan bisnis. Kecerdasan spiritual yang dilakukan oleh responden yaitu dalam bentuk menjalankan sholat wajib meskipun ada beberapa responden yang menjalankan sholat tidak tepat waktu, berdoa kepada Allah dan melaksanakan sholat sunnah dhuha. Bagi responden sholat tidak hanya sekedar kewajiban yang jika tidak dijalankan akan mendapat

dosa, namun sholat merupakan kebutuhan bagi responden. Ketika telah melaksanakan sholat responden merasa lebih tenang untuuk melanjutkan kegiatan bisnisnya.

Seperti halnya responden B, responden C, responden D, responden E, responden F, responden G serta responden J mengatakan bahwa dirinya selalu mementingkan dan menomorsatukan sholat, karena bagi mereka rizki datangnya dari Allah. Jadi kalau tidak sholat berarti tidak mengharapkan rizki dari Allah.

Sementara responden A, responden H dan responden I lebih mengutamakan menyelesaikan transaksi terlebih dahulu. Meskipun demikian mereka masih tetap menjalankan sholat, namun pelaksanaannya tidak tepat waktu.

Dalam menjalankan bisnis berfikir secara logika saja tidak cukup. Seorang pebisnis Muslim harus menerapkan amalan ibadah dalam setiap langkah perjalanan bisnisnya. Hal tersebut dikarenakan aktivitas bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah.¹ Pebisnis muslim harus yakin bahwa manusia dituntut untuk bekerja keras, namun hasil akhirnya hanya Allah yang berhak menentukan. Dengan kecerdasan spiritual pebisnis Muslim tidak akan merasa resah dengan hal-hal yang sering melanda dunia bisnis, misalnya kerugian, inflasi, persaingan yang ketat serta modal yang kecil.

¹ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 191.

Meskipun hanya sedikit, pebisnis Muslim harus mampu mencontoh kecerdasan spiritual yang dimiliki oleh Rasulullah. Spiritualisasi ala Nabi Muhammad yaitu mengawali bisnis dengan basmalah dan mengakhiri dengan hamdalah, bersedekah, mengerjakan sholat wajib tepat waktu, melaksanakan sholat sunnah, mengerjakan puasa sunnah dan selalu berdoa kepada Allah.²

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh responden telah memiliki kecerdasan spiritual meskipun tidak sempurna Rasulullah. Dengan kecerdasan spiritual yang dimiliki oleh responden maka responden akan merasakan ketenangan hati dan setiap tingkahlakunya akan terjaga dari hal-hal yang menyimpang dari ajaran Islam.

2. Keseimbangan (keadilan)

Sikap keseimbangan atau keadilan yang ditampilkan oleh responden dalam menjalankan bisnisnya meliputi hal-hal berikut:

a. Menyempurnakan takaran atau timbangan

Mengenai aspek takaran atau timbangan 10 responden mengatakan bahwa kejujuran dalam hal takaran maupun ukuran mutlak harus ada. Namun ukuran maupun takaran yang digunakan oleh setiap responden berbeda-beda sesuai dengan jenis bisnis yang dijalankannya. Misalnya untuk jasa servis laptop ukurannya adalah

² Yucki Prihadi, *Sukses Bisnis Melalui Manajemen Rasulullah SAW*, Jakarta: Gramedia, 2012, h. 148-156.

kerumitan, jual beli burung ukurannya dilihat dari kicauan burung tersebut, dan untuk jual beli HP ukurannya adalah merk.

Responden F memiliki bisnis dengan sistem salam yaitu bisnis catering. *Salam* adalah menjual sesuatu yang tidak dapat dilihat zatnya hanya ditentukan dengan sifat dari benda tersebut.³ Bisnis dengan model *salam* seperti yang dilakukan oleh responden F diperbolehkan dalam Islam. Hal tersebut dikarenakan meskipun barang yang diperjualbelikan tidak dapat dihadirkan ketika akad, namun penjual mampu menyerahkan barang tersebut dalam waktu yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Di samping itu barang yang dipesan oleh pembeli sudah jelas mengenai spesifikasinya, baik itu dari segi ukuran, bentuk, warna maupun jumlah. Bisnis dengan model pesanan juga dapat menolong pembeli karena pembeli dapat memperoleh barang sesuai dengan yang diinginkan. Dengan demikian antara penjual dan pembeli tidak ada yang merasa dirugikan.

Menganai ukuran atau takaran responden F berkata bahwa, “masing-masing produk saya ada ukurannya sendiri-sendiri. Untuk kue ulang tahun ukuran loyangnya ada tiga yaitu besar (24 cm), sedang (20 cm) dan kecil (15 cm). Sedangkan untuk ukuran nasi kotak nasinya dicetak dengan menggunakan mangkuk kecil, sehingga takaran antara yang satu dengan yang lain sama. Sementara untuk ukuran snack tergantung dari permintaan konsumen.”

³ Ibrahim Lubis, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Jakarta: Radar Jaya Offset, 1995, h. 353.

Berdasarkan pemaparan dari responden dapat diketahui bahwa responden telah menyempurnakan takaran maupun ukuran untuk produknya. Hal ini sesuai dengan etika bisnis Islam yang mana pebisnis dilarang mengurangi timbangan ketika menakar dan meminta dilebihkan ketika menerima takaran. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Muthaffifin (83): 1-3 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: "kecelakaan besar bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Dan apabila menakar untuk orang lain, mereka mengurangi."⁴

Berangkat dari sikap kebenaran dan kejujuran maka akan melahirkan persaudaraan dan kemitraan antara pihak yang bertransaksi, sehingga muncullah kondisi saling menguntungkan di antara penjual dan pembeli.

b. Seimbang dalam menetapkan harga

Harga merupakan jumlah dari biaya ditambah dengan keuntungan. Harga yang dipatok oleh seluruh responden selaku mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan, penetapan harga sesuai dengan harga yang berlaku dipasaran dan dapat dijangkau oleh konsumen.

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Jumanatul 'Ali-Art (J-ART), 2005, h. 588.

Responden D yang memiliki bisnis dibidang jasa yaitu servis laptop. Untuk bisnis jasa memang sesuatu yang diperjualbelikan tidak nampak namun konsumen dapat merasakan manfaatnya antara sebelum dan setelah laptop diservis. Sehingga bisnis dibidang jasa tidak tergolong bisnis yang mengandung unsur *gharar*. Jadi bisnis servis laptop termasuk bisnis yang diperbolehkan dalam Islam.

Sebagaimana yang disampaikan oleh responden D bahwa dalam menetapkan harga disesuaikan dengan harga pasar dan tingkat kerumitan serta kerusakan dari laptop maupun notebook yang di servis. Harga yang dipatok oleh responden D berkisar antara 15.000 sampai 30.000 rupiah.

Dari pemaparan responden D tersebut dapat diketahui bahwa dalam menetapkan harga responden D sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. karena manfaat yang dirasakan oleh konsumen sebanding dengan harga yang dibayarkan. Hal tersebut diperkuat dengan pemaparan konsumen D bahwa harga yang dipatok oleh responden D lebih murah dari harga install yang ada di pasar. Rata-rata harga install yaitu lebih dari 50.000 rupiah.

Responden F selaku pebisnis catering mengambil keuntungan kisaran 10.000 sampai 15.000 rupiah untuk kue ulang tahun. Misalnya biaya untuk membuat kue 45.000 harga jual dari kue tersebut 60.000 rupiah. Sedangkan untuk pemesanan snack atau nasi kotak harga tidak dihitung perporisi, melainkan dihitung berdasarkan borongan.

Misalnya pesan nasi kotak 900 porsi, semua biaya dijumlahkan kemudian biaya ditunjukkan pada pembeli dan responden F melakukan kesepakatan mengenai pengambilan keuntungan.

Sebagaimana Rasulullah yang selalu menghimbau agar dalam menetapkan harga sebuah barang harus disesuaikan dengan nilai yang terkandung di dalamnya. Disamping itu penetapan harga harus disesuaikan dengan harga yang berlaku dipasaran dan sesuai dengan kebiasaan yang berlaku di suatu wilayah.⁵ Dengan harga yang murah belum tentu akan menurunkan pendapatan, karena konsumen akan lebih sering membeli ketika harga suatu produk lebih murah dari yang dipikirkan konsumen. Tentunya harus diimbangi dengan kualitas dari produk tersebut.

3. Kehendak bebas/ikhtiyar

Kehendak bebas/ikhtiyar yang ditampilkan oleh responden dalam menjalankan bisnisnya meliputi hal-hal berikut:

a. Kebebasan dalam membuat perjanjian

Dalam hal pemenuhan janji dapat diketahui bahwa Sembilan responden selalu menepati janji ketika membuat kesepakatan dengan pihak lain, baik itu kepada konsumen maupun kepada mitra bisnisnya. Sebelum perjanjian disepakati responden selalu memastikan kepada konsumen mengenai spesifikasi produk, waktu penyerahan dan harga dari produk tersebut. Dengan hal tersebut diharapkan tidak ada

⁵ Abdul Sami' Al-Mishri, *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2006, h. 95.

kesalahfahaman dan konsumen tidak merasa dirugikan. Namun terdapat satu responden yang terkadang tidak memenuhi janjinya kepada konsumen.

Pebisnis catering yaitu responden F selalu menepati janji kepada konsumennya. Ketepatan janji tersebut dalam bentuk kesesuaian produk dan ketepatan waktu penyerahan barang. Bahkan responden F menyerahkan barang yang dipesan konsumen sebelum waktu yang disepakati. Hal tersebut dilakukan responden F untuk berjaga-jaga kalau misalnya diperjalanan ada hambatan.

Adapun bentuk ketidaktepatan janji yang dilakukan oleh responden yaitu terkait dengan ongkos kirim dalam bisnis online. Menurut pemaparan dari responden A bahwa sistem dalam bisnis online yaitu sebelum barang yang dibeli oleh konsumen dikirim, maka konsumen harus mentransfer uang (termasuk ongkos kirim) terlebih dahulu. Karena tarif kirim dari pos berubah-ubah, maka sering kali responden A membatalkan pengirimannya. Kemudian responden A memberikan penawaran kepada konsumen untuk menukar barang yang harganya lebih murah atau mentransfer uang lagi untuk tambahan ongkos kirim. Hal tersebut tentu tidak boleh dilakukan, karena jenis barang dan harga sudah disepakati ketika akad.

Menepati janji dalam hal apapun merupakan salah satu moral keimanan, jadi setiap pelaku bisnis harus memiliki komitmen yang kuat dalam hal pemenuhan janji. Hal tersebut dikarenakan Allah

memerintahkan kepada orang Muslim untuk menepati janji dan Allah telah menyebutkan orang mukmin yang beruntung adalah orang yang dapat menepati janji-janjinya. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Maidah (5):1 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu....”*⁶

Dengan menepati janji seorang konsumen dengan sendirinya akan menaruh kepercayaan kepada penjual dan tidak akan ragu lagi untuk membuat perjanjian-perjanjian berikutnya. Disamping itu konsumen akan merasa puas dan merasa selalu diutamakan.

b. Bekerja keras

Semua responden selalu bekerja keras dalam menjalankan bisnisnya. Menurut responden bekerja adalah ibadah sehingga harus dijalani dengan rasa ikhlas dan jujur, bekerja adalah kebutuhan, bekerja dapat mendidik seseorang untuk mandiri serta bekerja adalah usaha untuk memberikan manfaat dan mengatasi masalah-masalah orang lain.

Responden E selaku pebisnis olahan bandeng mengatakan bahwa bekerja adalah ibadah yang harus dijalani dengan ikhlas dan jujur. Disamping itu dengan bekerja akan memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan orang lain.

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an*, h. 107.

Responden B merupakan salah satu responden yang memiliki etos kerja tinggi. Menurut responden B bekerja adalah memaksimalkan waktu. responden B tidak menginginkan waktunya terbuang sia-sia untuk hal-hal yang tidak berguna. responden B juga mengatakan bahwa usaha yang dijalankannya pernah mengalami kebangkrutan. Hal tersebut merupakan resiko terbesar yang pernah dialaminya. Namun responden B tidak langsung terpuruk. Berdoa kepada Allah yang diiringi dengan sholat dhuha dan shodaqah, mencari link sebanyak mungkin serta memperbaiki pelayanan merupakan usaha responden B untuk bangun dari kebangkrutan. Dari hasil kerja kerasnya tersebut usaha kedai ongklok skuter dapat berdiri lagi dan bertambah eksis.

Dengan melihat pemaparan dari responden B di atas dapat diketahui bahwa bekerja yang disertai niat untuk beribadah akan mengarahkan langkah pelaku bisnis menuju kesuksesan dunia dan akhirat. Dengan bekerja keras maka perasaan kekurangan akan hilang. Disamping itu seseorang akan lebih menghargai segala capaian yang merupakan karunia Allah.

c. Inovasi produk

Dalam hal inovasi tiga responden mengatakan kalau produk yang dijualnya sudah tidak diminati masyarakat maka responden akan menjual dengan harga murah bahkan sampai jual rugi. Sementara ketujuh responden melakukan inovasi dan ekspansi usaha jika produk

yang dijualnya sudah tidak diminati. Bentuk inovasi yang telah dilakukan oleh responden diantaranya memperbanyak produk, memodifikasi produk lama serta menciptakan produk baru yang masih berhubungan. Inovasi yang dilakukan responden terhadap produk barunya memiliki manfaat dan produk tersebut tidak tergolong produk yang dilarang oleh Islam.

Adapun responden yang lebih memilih menjual dengan harga murah bahkan sampai jual rugi adalah responden H, responden I dan responden J. Menurut mereka lebih baik menjual dengan harga rendah daripada barang tidak laku terjual, karena dengan demikian modal bisa kembali meskipun tidak sepenuhnya.

Sebagaimana yang disampaikan oleh responden F selaku pebisnis catering bahwa, “ketika produk saya sudah tidak diminati oleh konsumen pasti saya melakukan inovasi. Sejauh ini inovasi yang telah saya lakukan yaitu menambah jenis produk. Yang dulunya saya hanya membuat nastar, sekarang menerima pesanan nasi tumpeng, nasi kotak dan semua makanan yang diinginkan konsumen. Kalau untuk kue ulang tahun saya menerima pembuatan kue ulang tahun dengan bentuk logo, emotion, kartun atau model-model kue yang lain.”

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh responden tidak bertentangan dengan syariat Islam. hal itu dikarenakan produk hasil inovasi merupakan produk

yang memiliki manfaat, dapat diserahterimakan dan tidak tergolong barang yang haram.

4. Pertanggungjawaban

Pertanggungjawaban yang ditunjukkan oleh responden dalam menjalankan bisnisnya meliputi hal-hal berikut:

a. Akuntabilitas

Berdasarkan jawaban dari seluruh responden dapat diketahui bahwa empat responden belum melakukan pencatatan atas transaksi keuangannya. Hal itu dikarenakan keuntungan yang diperoleh responden langsung digunakan untuk makan. Adapun alasan yang lain yaitu terlalu banyaknya produk sehingga susah untuk mencatatnya. Sedangkan enam responden sudah melakukan pencatatan. Seluruh responden belum wajib mengeluarkan zakat atas bisnisnya karena belum mencapai nisab. Disamping itu terdapat tiga responden yang bisnisnya belum mencapai haul. Sehingga responden baru bisa mengeluarkan infaq dan shodaqah untuk mensyukuri nikmat yang telah diterimanya melalui aktivitas perdagangan.

Untuk mengetahui pendapatan yang diperoleh, responden H memang tidak melakukan pencatatan secara khusus. Setiap harinya responden H menyisihkan 30.000 rupiah dari pendapatan tokonya untuk ditabung selama satu bulan. cara seperti itulah yang digunakan responden H untuk mengetahui tingkat keuntungan yang diperolehnya. Dari keuntungan yang diperolehnya responden H memang belum

mengeluarkan zakat karena belum mencapai nisab, namun responden H sudah memiliki niat dari hati untuk memberikan shodaqah kepada pengemis dan orang yang membutuhkan.

Responden E selaku pebisnis olahan bandeng mengatakan bahwa, “saya selalu mencatat transaksi keuangan dengan cara menjumlah barang terjual X harga = pendapatan. Kemudian untuk mencari laba= pendapatan – (modal + biaya). Setiap bulannya saya memperoleh keuntungan 300.000 samapi 500.000 rupiah. Dari keuntungan yang saya peroleh saya belum membayar zakat karena belum mencapai nisab. Namun saya memberi shodaqah berupa memberi uang ketika ada pengemis dan amal di masjid.”

Setiap organisasi bisnis pasti membutuhkan adanya laporan keuangan untuk mengetahui berapa jumlah keuntungan maupun kerugian yang diterimanya dalam jangka waktu tertentu. Akuntansi merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban kepada beberapa pihak yaitu manajer, investor, kreditur, instansi pemerintah dan mustahiq. Rasulullah selalu menekankan bahwa harta yang dimiliki oleh seseorang adalah titipan dari Allah semata. Dalam harta tersebut terdapat hak dari golongan fakir, miskin, *mua'allaf*, amil zakat, *riqab*, *gharim*, *sabilillah* dan *ibnu sabil*. Guna membersihkan harta dari hal-hal yang buruk, maka seorang pebisnis Muslim harus mengeluarkan zakat atas kegiatan perdagangannya.

Zakat perdagangan tergolong zakat maal. Ketentuan zakat perdagangan ketika harta tersebut telah dimiliki selama satu tahun dan telah mencapai nisab. Adapun nisab barang dagangan adalah setara dengan 85 gr emas dengan prosentase zakat 2,5% atau 1/40.⁷

Sebagaimana yang disampaikan responden E dapat diketahui bahwa responden E memang belum wajib mengeluarkan zakat atas bisnisnya. Hal itu dikarenakan bisnis yang dijalankan responden E baru 2 bulan sehingga belum mencapai haul. Disamping itu keuntungan yang diperoleh selama satu tahun antara 3.600.000 sampai 6.000.000 rupiah, sehingga belum mencukupi nisab.

b. Bertanggung jawab terhadap visi misi yang telah dibuat

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa dua responden belum memiliki visi misi dan delapan responden telah memiliki visi misi. Visi yang dimiliki oleh mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam angkata 2011 selaku responden tidak bertentangan dengan syariat Islam. misalnya ingin membuka cabang kedai makanan, ingin memiliki toko offline, ingin jadi peternak, ingin punya seperti KFC dengan produk berbahan dasar bandeng, ingin membuka lowongan kerja bagi pengangguran, dan masih banyak lagi. Dalam rangka pencapaian visi responden juga tidak menghalalkan semua cara, namun responden tetap memperhatikan cara pencapaian visi tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari kerja keras yang diiringi

⁷ Arif Mufraini, *Akuntansi dan Manajemen Zakat*, Jakarta: Kencana, 2006, h. 60.

dengan berdo'a kepada Allah. Disamping itu responden selalu melakukan inovasi baik dari segi produk maupun pelayanan.

Responden A selaku pebisnis online memiliki visi ingin mempunyai kedai makanan dan toko offline sendiri. Untuk mewujudkan visi tersebut responden A selalu bekerja keras dan selalu tanggap terhadap perubahan selera masyarakat. Disamping itu responden A menyesuaikan harga produknya dengan segmen pasar yang dituju. Misalnya menjual capucino cincau dengan harga Rp 1000 karena segmen pasar yang dituju adalah anak-anak SD.

Lain halnya dengan responden A, responden C selaku pebisnis sosis bakar mengatakan bahwa dalam hal visi kedepan perusahaan memang belum begitu mentargetkan. Ketika responden C merasa lelah dan bosan dengan bisnis tersebut, maka akan beralih ke bisnis yang lain. Meskipun demikian responden C tetap berharap usaha yang dijalankannya berkembang.

5. Kebenaran: Kebijakan dan Kejujuran

Bentuk kebenaran yang ditunjukkan oleh responden dalam menjalankan bisnisnya meliputi hal-hal berikut:

a. Memberikan pelayanan yang optimal

Sembilan responden telah memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Baik itu pelayanan ketika melakukan pembelian maupun pelayanan purna beli. Sementara satu responden memberikan pelayanan yang tidak ramah kepada konsumen yang

terlalu banyak tanya dan tidak jadi membeli. Adapun bentuk pelayanan yang diberikan ketika konsumen melakukan pembelian seperti keramahan, mengajak konsumen berinteraksi, mengutamakan 5S, jemput bola, *delivery*, menjaga kedekatan emosional dan murah senyum. Sementara pelayanan purna jual yang dilakukan responden yaitu memberi garansi dan mengganti produk yang rusak.

Responden I mengatakan bahwa ketika ada konsumen yang hanya sekedar tanya mengenai burung yang dijualnya dan tidak segera melakukan pembelian maka responden I bersikap tidak ramah terhadap konsumen tersebut dengan tidak menjawab lagi pertanyaan konsumen.

Sikap tersebut jelas tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yang selalu menganjurkan pelaku bisnis untuk bersikap ramah kepada siapapun tanpa membedakan apakah konsumen tersebut membeli atau tidak.⁸

Berbeda dengan pernyataan di atas, responden G selaku pebisnis pulsa mengatakan bahwa, “saya selalu bersikap ramah kepada konsumen. Ketika ada konsumen yang ingin beli pulsa tidak harus ngomong secara langsung, tapi bisa lewat telvon atau sms. Saya juga selalu memberikan konfirmasi kepada konsumen ketika ada yang beli. Disamping itu saya menerima bon dan memberi kelonggaran

⁸ Rivai, *Islamic ...*, h. 190.

waktu untuk membayarnya. Kalau misalkan konsumennya keberatan bayarnya boleh nyicil.”

Menurut konsumen G pelayanan yang diberikan oleh responden G cepat. Ketika konsumen meminta untuk ditransfer pulsa maka langsung ditransfer. Apabila ada gangguan jaringan maka responden G langsung memberitahu kepada konsumen, sehingga konsumen tidak merasa kecewa. Disamping itu responden G tidak pernah menagih hutang sebelum responden sendiri yang membayarnya.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa responden senantiasa bermurah hati dengan memberikan kelonggaran waktu untuk membayar hutang serta selalu bersikap ramah. Rasulullah sangat menganjurkan para pelaku bisnis untuk bermurah hati dalam setiap transaksi, murah senyum dan ramah tamah.⁹ Sebagaimana hadits yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Ibnu Majah yang berbunyi:

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: رَحِمَ اللَّهُ عَبْدًا سَمَحًا إِذَا

بَاعَ، سَمَحًا إِذَا اشْتَرَى، سَمَحًا إِذَا اقْتَضَى. (رواه بخاری وابن ماجه)

Artinya: “Dari Jabir bin Abdullah bahwa Rasulullah SAW bersabda: ‘semoga Allah merahmati seseorang hamba yang toleran bila menjual, toleran bila membeli, dan toleran bila menagih’.” (HR. Bukhari dan Ibnu Majah).¹⁰

⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, Cet. Ke-1, 2009, h. 161.

¹⁰ Muhammad Nashiruddin al-Albani, *Shahih At-Targhib Wa At-Tarhib*, Terj. Izzudin karimi, Jakarta: Pustaka Sahifa, 2008, h. 39.

Apapun dan bagaimanapun bentuk pelayanan yang diberikan semuanya *itu* dilakukan untuk menarik minat konsumen dan membuat konsumen merasa nyaman ketika melakukan pembelian. Disamping itu, memberikan pelayanan yang optimal dapat membuat konsumen loyal dan akhirnya akan melakukan pembelian ulang.

b. Jujur terhadap kualitas produk

Dalam berbisnis 9 responden selalu mengatakan apa adanya tanpa menutup-nutupi mengenai kualitas dari produk yang dijualnya serta mengedepankan kebenaran informasi dari produk tersebut. Kalau produk tersebut baik responden megatakan baik, kalau produk tersebut buruk responden mengatakan buruk. Namun terdapat 1 responden yang tidak berlaku jujur dalam menyampaikan asal usul produk yang dijualnya.

Responden B selaku pebisnis kuliner yang diberi nama “Kedai Ongklok Skuter” mengatakan bahwa, “saya selalu memberitahu kepada konsumen mengenai produk saya. Misalnya dalam penyajian makanan ada bahan yang kurang maka saya berterus terang kepada pembeli dan saya memberikan potongan harga jika penyajiannya kurang lengkap. Kalau tidak biasanya saya mengganti bahan yang kurang dengan bahan yang lain”.

Disamping itu konsumen B mengatakan bahwa, “Responden B selalu mengatakan yang sebenarnya mengenai produk yang dijualnya. misalnya Kemarin ketika saya beli mi ongklok saya ditanya

‘kacangnya pahit tidak? Soalnya kacanganya gosong’. Selain itu ada makanan pengganti jika kelengkapan makanan kurang.”

Sebagaimana pemaparan responden B yang diperkuat dengan salah satu jawaban konsumen, jelas bahwa responden B benar-benar mengatakan yang sebenarnya mengenai produk yang dijualnya. Dengan mengatakan apa adanya mengenai kelebihan dan kekurangan produk dapat menumbuhkan rasa ikhlas pada diri konsumen apabila dikemudian hari ada cacat atau ketidaksempurnaan dari barang yang pedangang jual.

Berbeda dengan responden B, terkadang dalam menawarkan dagangannya Responden I kurang mengedepankan kejujuran mengenai kualitas dan asal usul dari produk yang dijualnya. Sebagaimana yang dipaparkan oleh responden I bahwa untuk memberitahu kepada konsumen mengenai kualitas produknya responden I memberikan spesifikasi secara detail. Namun responden I berkata,”untuk menarik minat konsumen saya menggunakan kata-kata yang menarik, misalnya menggunakan kata muda hutan yang berarti burung yang saya jual berasal dari hutan, namun saya memperoleh burung tersebut dari peternak burung”.

Berdasarkan pemaparan di atas peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam menawarkan produknya responden I tidak sepenuhnya jujur mengenai kualitas produknya. Pernyataan peneliti diperkuat dengan pernyataan dari konsumen I bahwa, “responden I agak

menutupi kelemahan burung yang dijualnya, tapi saya sudah faham mengenai burung, jadi saya biarkan saja. Meskipun agak menutupi saya tetap mau membeli burung tersebut karena saat itu responden I sedang butuh uang sehingga menjual burungnya dengan harga dibawah standar”.

Perilaku tersebut jelas tidak diperbolehkan dalam Islam karena Al-Qur'an dan Rasulullah selalu menekankan adanya kejujuran dalam berbisnis. Rasulullah bukan hanya bersabda melalui hadits-haditsnya melainkan memberi tauladan secara langsung mengenai cara berdagang yang jujur yaitu dengan cara menggambarkan barang dagangan dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur kebohongan ketika menjelaskan macam, jenis, sumber maupun biayanya.¹¹ Sebagaimana dijelaskan dalam salah satu hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim yang berbunyi:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى. حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ عَنْ شُعْبَةَ. وَحَدَّثَنَا عَمْرُو بْنُ عَلِيٍّ. حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ وَعَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ مَهْدِيٍّ قَالَ : حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ أَبِي الْخَلِيلِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْحَارِثِ عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّعَ قَالَ : الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا.
(رواه مسلم).

¹¹ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jilid 5, Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, Jakarta: Gema Insani, 2011, h. 27.

Artinya: “Muhammad bin Mutsanna menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa’id menceritakan kepada kami dari Syu’bah. Amr bin Ali juga menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa’id dan Abdurrahman bin Mahdi menceritakan kepada kami, keduanya berkata: Syu’bah menceritakan kepada kami dari Qotadah, dari Abu Al-Khalil, dari Abdullah bin Al-Harits, dari Hakim bin Hizam, dari Nabi SAW, beliau bersabda: ‘penjual dan pembeli berhak khiyar selagi mereka belum berpisah apabila keduanya jujur dan menerangkan (barang yang diperjualbelikan) maka keduanya akan dierkahi dalam jual-belinya. Tapi jika keduanya bohong dan merahasiakan (apa yang harus diterangkan tentang barang yang diperjualbelikan) maka keberkahan jual belinya akan dihapuskan.” (HR. Muslim).¹²

c. Komunikasi dengan ramah

Sebagaimana yang disampaikan oleh seluruh responden peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam berkomunikasi dengan konsumen maupun mitra bisnis responden menggunakan bahasa sopan, halus, mengucapkan terima kasih, menggunakan bahasa Jawa halus untuk konsumen yang usianya lebih tua serta mengedepankan sopan santun. Sementara untuk menunjukkan kesopanan dan keramahan melalui media tulisan responden menggunakan kata-kata tambahan seperti mengucapkan salam sampai dengan menggunakan emotion smile.

Responden E selaku pebisnis makanan olahan bandeng mengatakan, “saya menganggap rekan bisnis maupun konsumen adalah saudara dan keluarga, jadi setiap saya berbicara dengan konsumen saya selalu menggunakan bahasa yang santai tapi sopan agar tidak mengganggu perasaan konsumen. Biasanya konsumen

¹² Imam An-Nawawi, *Syarah Shahih Muslim*, Terj. Ahmad Khatib, Jakarta: Pustaka azzam, 2011, h. 523.

kalau pesan itu lewat sms. Untuk menunjukkan kesopanan saya selalu mengucapkan salam, permisi, menyebutkan identitas diri dan tentunya mengucapkan terimakasih.”

Konsumen E mengatakan bahwa responden E selalu menggunakan bahasa yang sopan ketika melayani. Menurut konsumen E keseharian responden E memang sudah sopan. Disamping itu responden E selalu menyapa konsumen meskipun konsumen tersebut tidak melakukan pembelian.

Rasulullah SAW memberikan contoh kepada manusia khususnya para pelaku bisnis untuk menahan lidah. Rasulullah hanya berbicara ketika dibutuhkan, tidak suka mengumbar cerita, apalagi sampai menggunjingkan orang lain. Ada tiga hal yang ditinggalkan oleh Rasulullah yang harus diikuti oleh pelaku bisnis yaitu riya', banyak bicara dan membicarakan sesuatu yang tidak perlu. Selain menahan lisan Rasulullah juga memelihara lisan untuk tidak berbicara buruk, kasar dan menggunakan nada tinggi.¹³

Komunikasi yang digunakan baik itu verbal maupun non verbal hal terpenting yang harus diingat oleh pelaku bisnis adalah komunikasi dengan menggunakan bahasa yang sopan dan tidak menyakiti hati mitra bisnis maupun konsumen. Disamping itu berbicara dengan bahasa yang mudah dipahami dan dapat diterima oleh akal juga harus menjadi perhatian bagi para pelaku bisnis.

¹³ Prihadi, *Sukses Bisnis ...*, h. 22-23.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dapat diketahui bahwa etika bisnis yang dilakukan oleh mahasiswa Prodi Ekonomi Islam angkatan 2011 pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam yang meliputi seimbang dalam menetapkan harga, menyempurnakan takaran, berkomunikasi dengan ramah, memiliki visi misi yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, tidak melupakan ibadah, bekerja keras serta produk yang dijual tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam. Namun, sebagian masih ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu tidak jujur terhadap asal usul produk, tidak menepati janji, tidak ramah kepada konsumen yang tidak jadi membeli dan belum melakukan pencatatan keuangan (akuntabilitas).

B. Saran

1. Sebaiknya bisnis yang sedang dijalankan responden tidak hanya dilakukan ketika masa kuliah saja, namun tetap dijalankan setelah lulus kuliah, karena bisnis yang dijalankan responden memiliki peluang yang bagus dan bukan termasuk bisnis yang dilarang oleh Islam. Disamping itu, dengan memiliki bisnis sendiri responden akan mengurangi tingkat pengangguran intelektual di Indonesia.

2. Sebaiknya responden lebih terbuka mengenai kelemahan dan kelebihan produk, menepati kesepakatan yang telah dibuat serta selalu bersikap ramah kepada konsumen.
3. Produk yang dijual oleh responden sebaiknya selalu dilakukan inovasi agar produk yang dijual lebih variatif dan tidak membuat konsumen merasa bosan. Dengan melakukan inovasi, bisnis yang dijalankan oleh responden akan tahan terhadap persaingan.
4. Sebaiknya responden selalu mencatat transaksi keuangan atas bisnis yang dijalankan. Dengan adanya laporan keuangan responden dapat mengetahui perkembangan bisnisnya, sehingga responden akan lebih mudah menentukan kebijakan terkait strategi yang akan dijalankan.
5. Etika bisnis Islam yang telah responden terapkan dalam menjalankan bisnis sebaiknya selalu dipegang teguh dalam kondisi bisnis apapun. Hal tersebut dikarenakan bisnis yang didasari dengan etika Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan berupa materi namun juga memperoleh barokah atas rizki yang telah didapat.
6. Karena keterbatasan penelitian maka harus ada penelitian lanjutan mengenai aspek psikologi yang melatarbelakangi keinginan untuk berbisnis antara laki-laki dan perempuan.

C. Penutup

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Akan tetapi, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam

penulisan skripsi ini. Meskipun demikian peneliti sudah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Peneliti berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah *khasanah* pengetahuan khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pembaca pada umumnya. Harapan terakhir peneliti adalah semoga penulisan skripsi ini akan memperoleh ridho dari Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari press, 2011.
- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2006.
- Aisyah, Ly Fairuzah. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi Kasus Pada CV. Azka Syahrani Collection)*, UIN Syarif Hidayatullah, 2011.
- Al-Albani, Muhammad Nashiruddin. *Shahih At-Targhib Wa At-Tarhib*, Terj. Izzudin karimi, Jakarta: Pustaka Sahifa, 2008.
- Alma, Buchari dan Donni Junni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Al-Mishri, Abdul Sami'. *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- An-Nawawi, Imam. *Syarah Shahih Muslim*, Terj. Ahmad Khatib, Jakarta: Pustaka azzam, 2011.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, Cet. Ke-1, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Ash Shiddieqy, Teungku Muhammad Hasbi. *Pengantar Fiqih Muamalah*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2009.

_____, *Hukum-Hukum Fiqih Islam Tinjauan Antar Mazhab*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2001.

Atmaja, Agam Santa. *Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)*, IAIN Walisongo Semarang, 2014.

Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqih Islam Wa Adillatuhu, Jilid 5*, Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, Jakarta: Gema Insani, 2011.

Badroen, Faisal. et al., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, Cet. Ke-2, 2006.

Bungin, Burhan (ed). *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.

Chapra, Umer. *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Jumanatul 'Ali-Art (J-ART), 2005.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.

Djakfar, Muhammad. *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang : UIN-Malang Press, Cet. Ke-1, 2007.

_____, *Etika Bisnis dalam Perpektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, Cet. Ke-1, 2007.

Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.

Huda, Qamarul. *Fiqih Muamalah*, Yogyakarta: Terass, 2011.

J. Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.

Jawwad, Muhammad Abdul. *Menjadi Manajer Seks*, Jakarta: Gema Insani, 2004.

Juliansyah, Hafiz. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*, UIN Syarif Hidayatullah, 2011.

Jusmaliani, et al.. *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Jusup, Haryono. *Dasar-Dasar Akuntansi*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2005.

Karim, Adiwarmanto. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: IIIT Indonesia, 2002.

Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.

Keraf, Sony. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998.

Lubis, Ibrahim. *Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Jakarta: Radar Jaya Offset, 1995.

Moeheriono, *Perencanaan, Aplikasi dan pengembangan Indikator Kinerja Utama (IKU) Bisnis dan Publik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

- Mufraini, Arif. *Akuntansi dan Manajemen Zakat*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Muhammad, dan R. Lukman Fauroni. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta : Salemba Diniyah, 2002.
- Muhammad, *Etika Bisnis islam*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Mujibatun, Siti. *Pengantar Fiqih Muamalah*, Semarang: eLSA, 2012.
- Nata, Abuddin. *Studi Islam Komprehensif*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Prihadi, Yucki. *Sukses Bisnis Melalui Manajemen Rasulullah SAW*, Jakarta: Gramedia, 2012.
- Purwanto, Djoko. *Komunikasi Bisnis, Edisi ke-4*, Jakarta: Erlangga, 2011.
- Qordhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung,:Alfabeta, Cet. Ke-19, 2013.
- _____, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung:Alfabeta, Cet. Ke-23, 2013.
- Suhendi, Heri. *Fiqih Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Syafe'i, Rachmad. *Fiqih Muamalah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2001.

Wojowasito dan Poerwadarminta, *Kamus Lengkap Inggris-Indonesia, Indonesia-Inggris*, Bandung: Media IPTEK Bandung, 1980.

Ya'qub, Hamzah. *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, Bandung: CV. Diponegoro, 1984.

Kepada Yth.

Mahasiswa Ekonomi Islam Angkatan 2011

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada Program Studi Ekonomi Islam di UIN Walisongo Semarang, dengan ini saya:

Nama : Ligaya Safitri

NIM : 112411008

Jurusan : Ekonomi Islam

Sedang melaksanakan penelitian mengenai **“ETIKA BISNIS MAHASISWA (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”**. Untuk itu, dalam rangka pengumpulan data saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan berikut dengan sebenar-benarnya.

Demikian penjelasan dari saya, atas segala bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya

Peneliti,

Ligaya Safitri
112411008

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

DATA PERSONAL RESPONDEN

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin :
Alamat :
Lama Wirausaha :
Tempat Usaha :

ASPEK EKONOMI

1. Apa yang menjadi latar belakang berdirinya usaha saudara/i ?
2. Faktor apa saja yang mendorong saudara/i untuk berbisnis?
3. Bisnis apa yang sedang saudara/i jalankan?
4. Mengapa saudara/i memilih bisnis tersebut?
5. Apa saja produk dari usaha yang saudara/i jalankan?
6. Berapa keuntungan yang saudara/i peroleh setiap bulannya?

ASPEK ETIKA

1. KESATUAN (*UNITY*)
 - a. Ketika anda sedang sibuk melayani pembeli dan telah tiba waktu sholat, apa yang anda lakukan?
 - b. Apakah anda memiliki sikap yang menjadi ciri khas sehingga pembeli merasa tertarik untuk membeli produk anda? Apa ciri khas anda?
2. KESETIMBANGAN (*KEADILAN*)
 - a. Bagaimana cara anda menetapkan ukuran/takaran ketika menjual produk anda?
 - b. Bagaimana cara anda dalam menetapkan harga? Berapa keuntungan yang anda peroleh perproduknya?
3. KEHENDAK BEBAS/*IKHTIYAR*
 - a. Apakah anda selalu memenuhi barang pesanan pembeli sesuai dengan kesepakatan?
 - b. Apa arti bekerja menurut anda?
 - c. Setiap usaha pasti mengandung resiko, bagaimana sikap anda dalam menghadapi resiko tersebut?
 - d. Apa yang anda lakukan ketika produk yang anda jual sudah tidak diminati masyarakat?

4. AMANAH

- a. Apakah anda selalu mencatat setiap transaksi keuangan usaha anda? Bagaimana proses pencatatannya?
- b. Apakah anda membayar zakat atau shadaqah atas pendapatan yang telah anda peroleh? Mengapa?
- c. Apakah anda mempunyai visi misi mengenai bisnis anda? Apa visi misinya?

5. KEBENARAN: KEBIJAKAN DAN KEJUJURAN

- a. Bagaimana bentuk pelayanan yang anda berikan kepada pembeli?
- b. Bagaimana cara anda memberitahu pembeli mengenai kelemahan dan kelebihan produk yang anda jual?
- c. Bagaimana cara anda berkomunikasi atau berbicara dengan pembeli atau mitra bisnis anda?
- d. Bagaimana cara menunjukkan sikap sopan dan keramahan anda ketika bertransaksi melalui media tulisan (sms, chatting dan sejenisnya)?

Semarang,

TERIMA KASIH ATAS BANTUAN ANDA

Nama :

Jenis Kelamin :

Konsumen Dari :

Daftar Wawancara Konsumen

1. Menurut anda bagaimana sikap dari pedagang tersebut?
2. Menurut anda apakah harga yang dipatok pedagang tersebut sudah sesuai harga pasar?
3. Apakah pedagang tersebut selalu mengatakan yang sebenarnya mengenai produk yang dijualnya?
4. Menurut anda bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pedagang tersebut?
5. Apakah pedagang tersebut selalu memenuhi barang sesuai dengan pesanan anda?
6. Apakah pedagang tersebut menggunakan bahasa yang sopan ketika berdagang?
7. Apakah pedagang tersebut selalu menjalin hubungan baik dengan para konsumen?
8. Kenapa anda lebih memilih membeli di pedagang tersebut dari pada yang lainnya?
9. Apakah pedagang tersebut selalu mengganti barang yang rusak?

Semarang,

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada Program Studi Ekonomi Islam di UIN Walisongo Semarang, dengan ini saya:

Nama : Ligaya Safitri

NIM : 112411008

Jurusan : Ekonomi Islam

Sedang melaksanakan penelitian mengenai **“ETIKA BISNIS MAHASISWA (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”**. Untuk itu, dalam rangka pengumpulan data saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan berikut dengan sebenar-benarnya.

Demikian penjelasan dari saya, atas segala bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya

Peneliti,

Ligaya Safitri
112411008

**KERANGKA WAWANCARA UNTUK DEKAN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM IAIN WALISONGO SEMARANG**

1. Bagaimana sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang ?
2. Apa Visi Misi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisong Semarang?
3. Bagaimana Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang?
4. Berapa Jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam?

DOKUMENTASI BISNIS RESPONDEN



PRODUK BISNIS ONLINE



PRODUK BISNIS KULINER



PRODUK BISNIS SOSIS BAKA



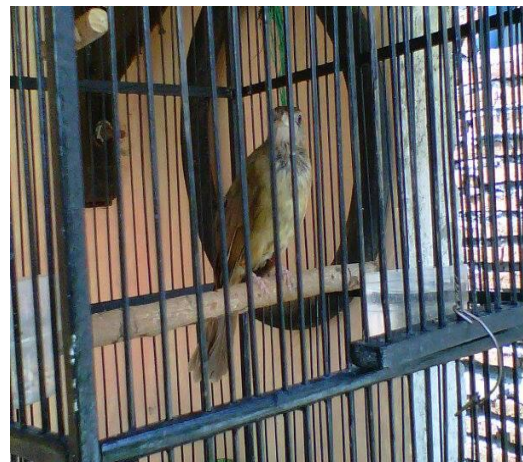
PRODUK OLAHAN BANDENG



PRODUK BISNIS CATERING



PRODUK BISNIS KELONTONG



JENIS BISNIS BURUNG

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ligaya Safitri
Tempat Tanggal Lahir : Pati, 17 Mei 1993
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Desa Alasdowo RT/RW. 005/002 Kecamatan
Dukuhseti Kabupaten Pati.

Pendidikan:

- | | |
|---|------------------|
| 1. TK YATABA, Alasdowo | Lulus Tahun 1999 |
| 2. MI YATABA, Alasdowo | Lulus Tahun 2005 |
| 3. MTs YATABA, Alasdowo | Lulus Tahun 2008 |
| 4. MAN 2 Pati, Tayu | Lulus Tahun 2011 |
| 5. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2011 | |

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 25 Februari 2015

Peneliti,

Ligaya Safitri
NIM: 112411008